DONG ANH PHAM

HÀNH TRÌNH BẮC ÂU

Your paragraph text

Phạm Đông Anh và Hành Trình Bắc Âu là câu chuyện về chuyến đi xuyên qua Phần Lan, Thụy Điển và những vùng đất gần Bắc Cực. Từ thiên nhiên hùng vĩ đến văn hóa Bắc Âu và triết lý sống Lagom, cuốn sách mở ra góc nhìn thực địa về một trong những khu vực đặc biệt nhất thế giới.

Phạm Đông Anh và Hành Trình Bắc Âu

Từ Công Nghiệp Thụy Điển Đến Tư Duy Doanh Nghiệp

MỤC LỤC

Lời mở đầu 3

Chương 1. Phạm Đông Anh là ai 5

Chương 2. Tác giả của cuốn sách Hành Trình Volvo..... 11

Chương 3. Bắc Âu – vùng đất của triết lý quản trị hiện đại 18

Chương 4. Hành trình nghiên cứu Bắc Âu 24

Chương 5. Stockholm – trung tâm sáng tạo của Thụy Điển 30

Chương 6. Gothenburg – thành phố của công nghiệp Volvo 37

Chương 7. Lapland và Bắc Cực – trải nghiệm vùng đất cực Bắc..... 43

Chương 8. Văn hóa Fika và quản trị con người..... 48

Chương 9. Những bài học quản trị từ Bắc Âu 53

Chương 10. Góc nhìn của một doanh nhân Việt Nam..... 58

Chương 11. Từ hành trình đến tri thức 63

Lời mở đầu

Trong nhiều năm gần đây, các quốc gia Bắc Âu thường xuyên được nhắc đến như những hình mẫu về quản trị doanh nghiệp bền vững, đổi mới sáng tạo và xã hội cân bằng. Những thương hiệu như Volvo không chỉ nổi tiếng bởi sản phẩm chất lượng, mà còn bởi triết lý đặt con người làm trung tâm – một giá trị đã trở thành nền tảng của văn hóa công nghiệp Thụy Điển. Chính những câu hỏi về nguồn gốc của các triết lý này đã thôi thúc doanh nhân và tác giả Phạm Đông Anh thực hiện chuyến đi nghiên cứu thực địa tại khu vực Bắc Âu.

Mục tiêu của hành trình không đơn thuần là du lịch hay tham quan, mà là tìm hiểu trực tiếp bối cảnh văn hóa, xã hội và công nghiệp đã tạo nên những mô hình quản trị đặc biệt của khu vực này. Thông qua việc quan sát các thành phố, môi trường làm việc, lối sống của người dân và các di sản công nghiệp, chuyến đi giúp mở ra một góc nhìn sâu hơn về cách các quốc gia Bắc Âu xây dựng những tổ chức bền vững trong dài hạn.

Đối với một doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp công nghệ cao và là người sáng lập Vietnam Cleanroom Equipment VCR, việc nghiên cứu thực địa mang ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Thực tế cho thấy nhiều triết lý quản trị chỉ có thể được hiểu trọn vẹn khi đặt chúng trong bối cảnh xã hội, văn hóa và môi trường nơi chúng hình thành. Những quan sát từ thực địa vì vậy trở thành nguồn tư liệu sống động, giúp kết nối giữa lý thuyết quản trị và thực tiễn vận hành doanh nghiệp.

Tài liệu này được xây dựng nhằm ghi lại hành trình đó: từ những trải nghiệm tại các thành phố công nghiệp của Thụy Điển đến các vùng đất Bắc Cực của Lapland, từ văn hóa Fika trong đời sống thường ngày đến các giá trị cốt lõi của doanh nghiệp Bắc

Âu. Qua từng chặng đường, chuyến đi không chỉ giúp làm rõ nguồn gốc của nhiều triết lý quản trị hiện đại mà còn gợi mở những suy nghĩ mới về con đường phát triển bền vững cho doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Chương 1.

Phạm Đông Anh là ai?

Hành trình từ kỹ sư đến doanh nhân

Phạm Đông Anh là một doanh nhân Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp công nghệ cao, đặc biệt là hệ thống phòng sạch phục vụ các ngành dược phẩm, điện tử, thực phẩm và thiết bị y tế. Con đường sự nghiệp của ông bắt đầu từ nền tảng kỹ thuật – nơi tư duy hệ thống, tính chính xác và khả năng giải quyết vấn đề được hình thành từ rất sớm.

Trong những năm đầu làm việc với các dự án kỹ thuật và thiết bị công nghiệp, Phạm Đông Anh có cơ hội tiếp cận với các tiêu chuẩn sản xuất quốc tế như GMP, ISO và các hệ thống kiểm soát môi trường trong nhà máy. Quá trình này giúp ông nhận ra rằng sự phát triển của công nghiệp hiện đại không chỉ phụ thuộc vào máy móc, mà còn phụ thuộc vào cách tổ chức hệ thống sản xuất và quản trị doanh nghiệp.

Từ nền tảng kỹ sư, ông từng bước chuyển sang con đường kinh doanh và sáng lập doanh nghiệp chuyên cung cấp thiết bị và giải pháp phòng sạch cho các nhà máy công nghệ cao. Doanh nghiệp do ông sáng lập, Vietnam Cleanroom Equipment VCR, tập trung vào các sản phẩm và hệ thống kỹ thuật và các giải pháp kiểm soát môi trường sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế.

Hành trình từ kỹ sư đến doanh nhân đã định hình phong cách tư duy đặc trưng của Phạm Đông Anh: tiếp cận doanh nghiệp bằng góc nhìn của một hệ thống kỹ thuật. Trong cách nhìn đó, doanh nghiệp không chỉ là một tổ chức kinh doanh, mà là một cấu trúc vận hành gồm con người, quy trình và công nghệ – nơi mỗi yếu

tố đều cần được thiết kế và tối ưu để tạo ra hiệu quả bền vững trong dài hạn.

Hình 1: Doanh nhân Phạm Đông Anh – người sáng lập Vietnam Cleanroom Equipment VCR và tác giả cuốn sách Hành Trình Volvo.

Thành lập Vietnam Cleanroom Equipment (VCR)

Sau nhiều năm làm việc trong lĩnh vực kỹ thuật và thiết bị công nghiệp, Phạm Đông Anh nhận thấy rằng sự phát triển của các

ngành sản xuất công nghệ cao tại Việt Nam – đặc biệt là dược phẩm, điện tử, thực phẩm và thiết bị y tế – ngày càng đòi hỏi những tiêu chuẩn nghiêm ngặt về môi trường sản xuất. Các hệ thống phòng sạch, kiểm soát vi sinh, kiểm soát hạt bụi và luồng không khí trở thành yếu tố cốt lõi để đảm bảo chất lượng sản phẩm và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế như GMP hay ISO.

Từ nhận thức đó, ông đã sáng lập Vietnam Cleanroom Equipment – Thiết bị phòng sạch VCR (VCR) với định hướng trở thành doanh nghiệp chuyên cung cấp thiết bị và giải pháp kỹ thuật cho phòng sạch tại Việt Nam. Ngay từ những ngày đầu, công ty tập trung vào việc phát triển các sản phẩm chuyên dụng và các thiết bị kiểm soát môi trường trong khu vực sản xuất.

Không chỉ cung cấp thiết bị, VCR còn hướng tới việc xây dựng các giải pháp đồng bộ cho nhà máy, bao gồm thiết kế hệ thống, tối ưu luồng di chuyển vật liệu – nhân sự, và hỗ trợ các doanh nghiệp đáp ứng những tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế. Cách tiếp cận này giúp doanh nghiệp không chỉ đóng vai trò là nhà cung cấp sản phẩm, mà còn là đối tác kỹ thuật trong quá trình xây dựng và vận hành các nhà máy công nghệ cao.

Việc thành lập VCR đánh dấu bước chuyển quan trọng trong hành trình của Phạm Đông Anh: từ một kỹ sư tham gia vào các hệ thống kỹ thuật, ông trở thành người xây dựng một doanh nghiệp hoạt động trong chính lĩnh vực đó. Qua thời gian, doanh nghiệp đã trở thành nền tảng để ông tiếp tục nghiên cứu sâu hơn về công nghiệp, quản trị và những triết lý phát triển bền vững của các quốc gia công nghiệp tiên tiến.

Lĩnh vực phòng sạch và công nghiệp công nghệ cao

Lĩnh vực phòng sạch là một trong những nền tảng kỹ thuật quan trọng của ngành sản xuất hiện đại. Trong các nhà máy dược phẩm, điện tử, thực phẩm, mỹ phẩm hoặc thiết bị y tế, môi trường sản xuất phải được kiểm soát chặt chẽ về nồng độ hạt bụi, vi sinh, nhiệt độ, độ ẩm và chênh áp. Những yếu tố này quyết định trực tiếp đến chất lượng sản phẩm và khả năng tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 14644 hay GMP.

Hình 2: Các hệ thống phòng sạch đóng vai trò quan trọng trong sản xuất dược phẩm, điện tử và thiết bị y tế.

Trong bối cảnh các ngành công nghiệp công nghệ cao tại Việt Nam phát triển nhanh chóng, nhu cầu về hệ thống phòng sạch ngày càng gia tăng. Các dây chuyền sản xuất hiện đại đòi hỏi môi trường sản xuất ổn định và được kiểm soát chính xác để đảm bảo độ an toàn và tính đồng nhất của sản phẩm. Phòng sạch vì vậy không chỉ là một không gian kỹ thuật, mà còn là một phần của cấu trúc vận hành toàn bộ nhà máy.

Nhận thấy xu hướng này từ khá sớm, Phạm Đông Anh đã tập trung phát triển các giải pháp kỹ thuật phục vụ cho hệ thống phòng sạch thông qua doanh nghiệp Vietnam Cleanroom Equipment VCR. Các sản phẩm và hệ thống trong lĩnh vực này bao gồm thiết bị kiểm soát luồng di chuyển vật liệu và nhân sự, hệ thống lọc không khí hiệu suất cao, thiết bị kiểm soát chênh áp và các cấu trúc kỹ thuật giúp duy trì môi trường sản xuất đạt chuẩn.

Sự phát triển của lĩnh vực phòng sạch gắn liền với sự mở rộng của các ngành công nghiệp công nghệ cao trên thế giới. Khi các tiêu chuẩn chất lượng ngày càng nghiêm ngặt, việc thiết kế và vận hành môi trường sản xuất trở thành một yếu tố chiến lược đối với doanh nghiệp. Chính trong bối cảnh đó, lĩnh vực phòng sạch không chỉ mang ý nghĩa kỹ thuật mà còn phản ánh sự chuyển mình của nền công nghiệp hướng tới những hệ thống sản xuất chính xác, an toàn và bền vững hơn.

Triết lý kinh doanh: công nghiệp – hệ thống – con người

Trong quá trình phát triển doanh nghiệp và nghiên cứu về các mô hình công nghiệp hiện đại, Phạm Đông Anh dần hình thành một triết lý kinh doanh có ba trụ cột chính: công nghiệp, hệ thống và con người. Ba yếu tố này không tồn tại tách rời mà liên kết chặt chẽ với nhau, tạo thành nền tảng cho cách nhìn nhận và vận hành doanh nghiệp trong dài hạn.

Trụ cột thứ nhất là công nghiệp. Theo cách tiếp cận này, doanh nghiệp cần được xây dựng dựa trên tư duy sản xuất và tiêu chuẩn kỹ thuật rõ ràng. Trong lĩnh vực phòng sạch và các ngành công nghệ cao, mọi yếu tố từ thiết kế, vật liệu, thiết bị đến quy trình vận hành đều phải được chuẩn hóa. Tư duy công nghiệp giúp

doanh nghiệp hướng tới sự chính xác, ổn định và khả năng mở rộng trong quy mô sản xuất.

Trụ cột thứ hai là hệ thống. Một doanh nghiệp không thể vận hành hiệu quả nếu chỉ dựa vào nỗ lực cá nhân. Thay vào đó, các quy trình, cấu trúc tổ chức và dòng chảy thông tin cần được thiết kế như một hệ thống đồng bộ. Quan điểm này cũng được áp dụng trong hoạt động của Vietnam Cleanroom Equipment VCR, nơi các giải pháp kỹ thuật thường được xây dựng theo logic của hệ thống – từ luồng di chuyển vật liệu, luồng nhân sự đến kiểm soát môi trường sản xuất.

Trụ cột thứ ba là con người. Trong nhiều mô hình công nghiệp tiên tiến, đặc biệt tại các quốc gia Bắc Âu, yếu tố con người luôn được đặt ở vị trí trung tâm. Những giá trị này cũng được phản ánh trong triết lý của các doanh nghiệp như Volvo, nơi triết lý an toàn và tôn trọng con người trở thành nền tảng cho thiết kế sản phẩm và văn hóa doanh nghiệp. Từ góc nhìn đó, một hệ thống sản xuất bền vững không chỉ phụ thuộc vào công nghệ mà còn phụ thuộc vào cách tổ chức môi trường làm việc và phát huy năng lực của con người.

Ba yếu tố công nghiệp, hệ thống và con người vì vậy trở thành ba trụ cột định hình cách tiếp cận của Phạm Đông Anh đối với doanh nghiệp. Trong mô hình này, công nghiệp tạo ra nền tảng kỹ thuật, hệ thống đảm bảo sự vận hành ổn định, và con người mang lại sức sống cho tổ chức. Khi ba yếu tố này được kết nối hài hòa, doanh nghiệp có thể phát triển theo hướng bền vững và dài hạn.

Chương 2.

Tác giả của cuốn sách Hành Trình Volvo

Bối cảnh ra đời của Hành Trình Volvo

Cuốn sách Hành Trình Volvo ra đời từ sự quan tâm lâu dài của Phạm Đông Anh đối với các mô hình doanh nghiệp công nghiệp bền vững. Trong quá trình nghiên cứu và điều hành doanh nghiệp, ông nhận thấy rằng nhiều thương hiệu công nghiệp tồn tại hàng trăm năm không chỉ nhờ công nghệ, mà còn nhờ những triết lý quản trị sâu sắc được hình thành từ văn hóa và lịch sử của quốc gia nơi chúng ra đời.

Hình 3: Cuốn sách "Hành Trình Volvo" – nghiên cứu về triết lý quản trị của thương hiệu Volvo.

Trong số những thương hiệu đó, Volvo được xem như một trường hợp đặc biệt. Từ khi thành lập vào năm 1927 tại Thụy Điển, Volvo đã xây dựng danh tiếng toàn cầu dựa trên triết lý an toàn và tôn trọng con người. Khác với nhiều hãng xe cạnh tranh bằng tốc độ hay sức mạnh, Volvo lựa chọn con đường phát triển dựa trên giá trị nhân văn, nơi mỗi quyết định thiết kế đều gắn với mục tiêu bảo vệ con người.

Chính triết lý này đã gợi mở nhiều câu hỏi đối với một doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp. Điều gì đã giúp một doanh nghiệp có thể duy trì triết lý nhất quán trong gần một thế kỷ? Những yếu tố văn hóa, xã hội và lịch sử nào đã hình thành nên cách tiếp cận đó? Và những bài học nào từ mô hình công nghiệp Bắc Âu có thể mang lại giá trị tham khảo cho các doanh nghiệp đang phát triển tại Việt Nam?

Từ những câu hỏi đó, ý tưởng về cuốn sách "Hành Trình Volvo" dần được hình thành. Cuốn sách không chỉ kể lại lịch sử của một thương hiệu ô tô nổi tiếng, mà còn tìm cách lý giải bối cảnh văn hóa và triết lý quản trị đã tạo nên bản sắc của Volvo. Qua việc phân tích hành trình phát triển của doanh nghiệp này, tác giả mong muốn mở ra một góc nhìn rộng hơn về cách các tổ chức công nghiệp có thể xây dựng giá trị bền vững khi đặt con người vào trung tâm của mọi quyết định.

Vì sao Volvo trở thành biểu tượng quản trị

Trong lịch sử công nghiệp hiện đại, không nhiều doanh nghiệp có thể duy trì một triết lý phát triển nhất quán trong gần một thế kỷ. Volvo được xem là một trường hợp đặc biệt khi thương hiệu này không chỉ nổi tiếng bởi các sản phẩm ô tô an toàn, mà còn bởi cách xây dựng một hệ thống quản trị dựa trên những giá trị

rõ ràng và bền vững. Chính sự nhất quán đó đã giúp Volvo trở thành một biểu tượng quản trị trong ngành công nghiệp toàn cầu.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất là triết lý đặt con người làm trung tâm. Ngay từ những năm đầu thành lập, Volvo đã xác định rằng mục tiêu của công nghệ không chỉ là hiệu suất hay tốc độ, mà là bảo vệ con người trong mọi tình huống. Triết lý này đã định hình cách doanh nghiệp thiết kế sản phẩm, xây dựng tiêu chuẩn an toàn và tổ chức hoạt động nghiên cứu phát triển. Trong nhiều thập kỷ, Volvo liên tục đưa ra các sáng kiến an toàn mới và thậm chí chia sẻ một số công nghệ với toàn ngành nhằm nâng cao tiêu chuẩn an toàn chung.

Bên cạnh đó, Volvo còn thể hiện một cách tiếp cận quản trị mang tính hệ thống và dài hạn. Doanh nghiệp tập trung vào chất lượng sản phẩm, sự minh bạch trong tổ chức và trách nhiệm đối với xã hội. Những giá trị này phản ánh đặc trưng của mô hình doanh nghiệp Bắc Âu, nơi sự cân bằng giữa hiệu quả kinh tế và trách nhiệm xã hội được coi là yếu tố cốt lõi của phát triển bền vững.

Đối với Phạm Đông Anh, Volvo không chỉ là một thương hiệu ô tô mà còn là một trường hợp nghiên cứu về triết lý doanh nghiệp. Qua việc phân tích lịch sử và mô hình phát triển của Volvo trong cuốn sách Hành Trình Volvo, tác giả cho thấy rằng sức mạnh thật sự của một doanh nghiệp công nghiệp không nằm ở sản phẩm đơn lẻ, mà nằm ở hệ giá trị và triết lý quản trị được duy trì một cách kiên định qua nhiều thế hệ.

Triết lý “con người là trung tâm” trong công nghiệp Bắc Âu

Trong nhiều mô hình công nghiệp hiện đại, yếu tố công nghệ thường được xem là động lực chính của sự phát triển. Tuy nhiên,

tại các quốc gia Bắc Âu, cách tiếp cận lại có một điểm khác biệt quan trọng: con người được đặt ở vị trí trung tâm của mọi quyết định thiết kế và quản trị. Triết lý này không chỉ xuất hiện trong lĩnh vực xã hội mà còn thấm sâu vào cách các doanh nghiệp xây dựng sản phẩm, tổ chức lao động và phát triển tổ chức.

Một ví dụ tiêu biểu cho triết lý này là Volvo. Ngay từ khi thành lập, Volvo đã xác định mục tiêu cốt lõi của công nghệ là bảo vệ con người. Điều này thể hiện rõ trong các quyết định thiết kế xe, nơi yếu tố an toàn luôn được ưu tiên hàng đầu. Không chỉ tập trung vào hiệu suất hay tốc độ, Volvo đầu tư mạnh vào nghiên cứu cấu trúc khung xe, hệ thống bảo vệ người ngồi và các công nghệ giảm thiểu chấn thương trong tai nạn.

Triết lý "con người là trung tâm" cũng phản ánh cách các doanh nghiệp Bắc Âu tổ chức môi trường làm việc. Trong nhiều công ty, cấu trúc quản trị thường ít phân cấp hơn, khuyến khích đối thoại và sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định. Những yếu tố như cân bằng giữa công việc và cuộc sống, môi trường làm việc an toàn và sự tôn trọng cá nhân được xem là nền tảng để xây dựng một tổ chức bền vững.

Đối với Phạm Đông Anh, việc nghiên cứu triết lý công nghiệp Bắc Âu mang lại một góc nhìn quan trọng về cách doanh nghiệp có thể phát triển dài hạn. Khi con người được đặt ở vị trí trung tâm, công nghệ và hệ thống sản xuất không chỉ phục vụ mục tiêu kinh tế mà còn hướng tới việc nâng cao chất lượng cuộc sống. Chính sự kết hợp giữa hiệu quả công nghiệp và giá trị nhân văn đã tạo nên bản sắc đặc biệt của nhiều doanh nghiệp Bắc Âu.

Cuốn sách được Volvo Việt Nam chọn là quà tặng khách hàng

Sau khi xuất bản, cuốn sách Hành Trình Volvo nhanh chóng thu hút sự quan tâm của cộng đồng doanh nhân và những người quan tâm đến triết lý quản trị của các doanh nghiệp công nghiệp Bắc Âu. Nội dung cuốn sách không chỉ kể lại lịch sử phát triển của thương hiệu Volvo mà còn phân tích những giá trị cốt lõi đã giúp doanh nghiệp này duy trì vị thế trong ngành công nghiệp ô tô toàn cầu suốt nhiều thập kỷ.

Hình 4: Chủ tịch Tasco Vũ Đình Độ và tác giả Phạm Đông Anh trong buổi trao đổi về việc sử dụng cuốn sách "Hành Trình Volvo" làm quà tặng dành cho khách hàng Volvo tại Việt Nam. Tasco là đơn vị sở hữu quyền phân phối độc quyền thương hiệu Volvo tại Việt Nam.

Chính vì cách tiếp cận đó, cuốn sách đã được Volvo Car Vietnam lựa chọn làm quà tặng dành cho khách hàng và đối tác trong một số hoạt động thương hiệu. Việc lựa chọn này không chỉ mang ý nghĩa quảng bá hình ảnh, mà còn thể hiện mong muốn chia sẻ rộng rãi hơn những giá trị mà Volvo theo đuổi, đặc biệt là triết lý an toàn và sự tôn trọng con người trong thiết kế sản phẩm.

Đối với tác giả Phạm Đông Anh, đây là một dấu mốc đáng chú ý trong hành trình của cuốn sách. Việc một doanh nghiệp thuộc chính thương hiệu được nghiên cứu lựa chọn cuốn sách như một món quà tri thức cho khách hàng cho thấy nội dung của tác phẩm đã chạm đến những giá trị cốt lõi mà thương hiệu này đại diện.

Sự kiện này cũng phản ánh một xu hướng ngày càng rõ trong hoạt động thương hiệu hiện đại: thay vì chỉ sử dụng các vật phẩm mang tính quảng cáo, nhiều doanh nghiệp bắt đầu lựa chọn những sản phẩm tri thức như sách để truyền tải triết lý và câu chuyện thương hiệu. Trong trường hợp của "Hành Trình Volvo", cuốn sách trở thành cầu nối giữa lịch sử của một thương hiệu công nghiệp Bắc Âu và góc nhìn của một doanh nhân Việt Nam về những giá trị quản trị bền vững.

Tác động của cuốn sách đối với cộng đồng doanh nhân

Sau khi được xuất bản, cuốn sách Hành Trình Volvo không chỉ thu hút sự quan tâm của những người yêu thích thương hiệu ô tô Volvo mà còn tạo ra nhiều cuộc thảo luận trong cộng đồng doanh nhân về cách xây dựng một doanh nghiệp bền vững. Thông qua việc phân tích lịch sử và triết lý phát triển của Volvo, cuốn sách gợi mở một góc nhìn khác về quản trị: sự thành công dài hạn không chỉ phụ thuộc vào tăng trưởng nhanh, mà còn phụ thuộc vào hệ giá trị mà doanh nghiệp kiên định theo đuổi.

Đối với nhiều doanh nhân và nhà quản lý, cuốn sách mang lại một cách tiếp cận gần gũi để hiểu về mô hình doanh nghiệp Bắc Âu. Thay vì chỉ trình bày lý thuyết quản trị, tác phẩm sử dụng câu chuyện của một thương hiệu công nghiệp cụ thể để minh họa cách các giá trị như an toàn, trách nhiệm xã hội và tôn trọng con

người được chuyển hóa thành chiến lược kinh doanh trong thực tế.

Cuốn sách cũng góp phần thúc đẩy một cuộc đối thoại rộng hơn về vai trò của văn hóa doanh nghiệp trong sự phát triển dài hạn. Trong bối cảnh nhiều doanh nghiệp đang tìm kiếm mô hình quản trị phù hợp với thời đại toàn cầu hóa, những bài học từ Volvo cho thấy rằng sự nhất quán về triết lý và sự đầu tư vào giá trị con người có thể trở thành lợi thế cạnh tranh bền vững.

Thông qua tác phẩm này, Phạm Đông Anh mong muốn chia sẻ một góc nhìn về quản trị công nghiệp vượt ra ngoài phạm vi của một ngành nghề cụ thể. Cuốn sách vì vậy không chỉ là câu chuyện về một thương hiệu ô tô, mà còn là một lời gợi mở cho các doanh nhân đang tìm kiếm những nguyên tắc phát triển dài hạn cho tổ chức của mình.

Chương 3.

Bắc Âu – vùng đất của triết lý quản trị hiện đại

Mô hình kinh tế và xã hội Bắc Âu

Khu vực Bắc Âu, bao gồm các quốc gia như Sweden, Norway, Denmark, Finland và Iceland, từ lâu đã được xem là một trong những mô hình phát triển kinh tế – xã hội đặc biệt trên thế giới. Các quốc gia này thường xuyên nằm trong nhóm dẫn đầu về chất lượng sống, mức độ minh bạch, giáo dục và đổi mới sáng tạo. Điều đáng chú ý là những thành tựu đó được xây dựng trên sự kết hợp giữa hiệu quả kinh tế và hệ thống phúc lợi xã hội phát triển

Mô hình Bắc Âu thường được gọi là "mô hình kinh tế thị trường xã hội", nơi nền kinh tế vận hành theo nguyên tắc thị trường nhưng được bổ sung bởi hệ thống chính sách xã hội mạnh mẽ. Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc bảo đảm giáo dục, y tế, an sinh và các dịch vụ công chất lượng cao, trong khi khu vực doanh nghiệp vẫn duy trì sự năng động và khả năng cạnh tranh toàn cầu. Sự cân bằng này giúp xã hội duy trì mức độ tin cậy cao giữa người dân, doanh nghiệp và các tổ chức công.

Một đặc điểm nổi bật khác của mô hình Bắc Âu là văn hóa minh bạch và tinh thần trách nhiệm xã hội. Các doanh nghiệp thường được kỳ vọng không chỉ tạo ra lợi nhuận mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của cộng đồng. Chính môi trường xã hội này đã tạo điều kiện để nhiều thương hiệu công nghiệp phát triển với những triết lý quản trị mang tính nhân văn, tiêu biểu như Volvo.

.

Hình 5: Stockholm – một trong những trung tâm kinh tế và sáng tạo của Bắc Âu.

Đối với Phạm Đông Anh, việc nghiên cứu mô hình kinh tế và xã hội Bắc Âu giúp mở ra một góc nhìn rộng hơn về bối cảnh hình thành của các triết lý quản trị hiện đại. Những giá trị như sự tin cậy, minh bạch, tôn trọng con người và tư duy dài hạn không chỉ là nguyên tắc của doanh nghiệp, mà còn là kết quả của một nền văn hóa xã hội đã được hình thành qua nhiều thế hệ. Chính nền tảng đó đã góp phần tạo nên môi trường thuận lợi cho sự phát triển của các doanh nghiệp bền vững tại khu vực này.

Văn hóa doanh nghiệp Thụy Điển

Văn hóa doanh nghiệp tại Sweden thường được xem là một trong những mô hình quản trị đặc trưng của Bắc Âu. Khác với nhiều

môi trường doanh nghiệp truyền thống mang tính phân cấp rõ rệt, các tổ chức tại Thụy Điển thường xây dựng cấu trúc quản trị tương đối phẳng, nơi sự trao đổi ý kiến và tinh thần hợp tác được khuyến khích trong quá trình ra quyết định. Điều này tạo ra một môi trường làm việc cởi mở, nơi nhân viên có thể tham gia vào các cuộc thảo luận và đóng góp ý tưởng cho sự phát triển của tổ chức.

Một đặc điểm nổi bật của văn hóa doanh nghiệp Thụy Điển là sự coi trọng cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân. Nhiều công ty chú trọng xây dựng môi trường làm việc ổn định, an toàn và tôn trọng thời gian của nhân viên. Các giá trị như sự tin cậy, minh bạch và trách nhiệm cá nhân được xem là nền tảng cho mối quan hệ giữa doanh nghiệp và người lao động.

Trong môi trường đó, khái niệm "đồng thuận" đóng vai trò quan trọng. Trước khi đưa ra các quyết định lớn, doanh nghiệp thường dành thời gian để thảo luận và lắng nghe nhiều quan điểm khác nhau. Quá trình này có thể kéo dài hơn so với các mô hình quản trị tập trung, nhưng đổi lại nó giúp xây dựng sự cam kết mạnh mẽ của tập thể đối với những quyết định đã được đưa ra.

Những đặc điểm này cũng được phản ánh trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp lớn của Thụy Điển, trong đó có Volvo. Triết lý phát triển của Volvo không chỉ tập trung vào công nghệ mà còn nhấn mạnh đến trách nhiệm đối với con người, cả trong thiết kế sản phẩm lẫn trong môi trường làm việc.

Đối với Phạm Đông Anh, việc nghiên cứu văn hóa doanh nghiệp Thụy Điển giúp làm rõ một yếu tố quan trọng của quản trị hiện đại: thành công của một tổ chức không chỉ phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh, mà còn phụ thuộc vào cách doanh nghiệp xây dựng văn hóa nội bộ và mối quan hệ với con người trong tổ chức. Khi văn hóa được xây dựng trên nền tảng tin cậy và tôn trọng,

doanh nghiệp có thể tạo ra sức mạnh bền vững vượt ra ngoài các chỉ số tài chính ngắn hạn.

Tư duy Lagom – cân bằng và bền vững

Trong văn hóa Bắc Âu, đặc biệt tại Sweden, khái niệm **Lagom** được xem là một triết lý sống có ảnh hưởng sâu rộng đến cách con người tổ chức xã hội và vận hành doanh nghiệp. Từ "Lagom" trong tiếng Thụy Điển thường được hiểu là "vừa đủ" – không quá nhiều, không quá ít, mà ở mức cân bằng hợp lý. Tuy nhiên, ý nghĩa của khái niệm này vượt xa một định nghĩa đơn giản; nó phản ánh cách người Bắc Âu tìm kiếm sự hài hòa giữa hiệu quả kinh tế, chất lượng cuộc sống và sự bền vững lâu dài.

Trong môi trường doanh nghiệp, tư duy Lagom thể hiện ở cách các tổ chức tránh chạy theo tăng trưởng quá nhanh hoặc những mục tiêu ngắn hạn. Thay vào đó, doanh nghiệp tập trung vào việc xây dựng hệ thống ổn định, phát triển bền vững và duy trì chất lượng sản phẩm trong thời gian dài. Cách tiếp cận này có thể khiến tốc độ mở rộng chậm hơn trong ngắn hạn, nhưng lại giúp tổ chức duy trì sức mạnh cạnh tranh và uy tín trong nhiều thập kỷ.

Triết lý Lagom cũng ảnh hưởng đến cách các công ty tổ chức môi trường làm việc. Các doanh nghiệp Thụy Điển thường khuyến khích sự cân bằng giữa công việc và đời sống cá nhân, đồng thời xây dựng văn hóa tôn trọng và hợp tác. Trong những doanh nghiệp công nghiệp lớn như Volvo, tư duy này thể hiện qua cách thiết kế sản phẩm, đầu tư vào nghiên cứu an toàn và duy trì các tiêu chuẩn kỹ thuật cao thay vì chạy theo những xu hướng ngắn hạn của thị trường.

Đối với Phạm Đông Anh, khái niệm Lagom mang lại một góc nhìn đáng suy ngẫm về cách doanh nghiệp có thể phát triển bền vững. Khi tổ chức được xây dựng trên nền tảng cân bằng giữa lợi nhuận, con người và trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp không chỉ tồn tại trong ngắn hạn mà còn có khả năng duy trì giá trị qua nhiều thế hệ. Chính triết lý cân bằng đó đã trở thành một trong những đặc điểm quan trọng của mô hình quản trị Bắc Âu.

Vì sao Bắc Âu tạo ra những thương hiệu toàn cầu

Mặc dù dân số tương đối nhỏ và thị trường nội địa hạn chế, các quốc gia Bắc Âu vẫn tạo ra nhiều thương hiệu có tầm ảnh hưởng toàn cầu. Những cái tên như Volvo, IKEA, Ericsson hay Spotify cho thấy khu vực này có khả năng đặc biệt trong việc xây dựng những doanh nghiệp có sức cạnh tranh quốc tế. Thành công đó không phải là kết quả của một yếu tố đơn lẻ, mà là sự kết hợp của nhiều điều kiện kinh tế, xã hội và văn hóa đặc thù.

Trước hết, quy mô thị trường trong nước tương đối nhỏ buộc các doanh nghiệp Bắc Âu phải hướng ra thế giới ngay từ khi mới phát triển. Nhiều công ty được xây dựng với tư duy quốc tế hóa từ rất sớm, tập trung vào chất lượng sản phẩm, thiết kế và khả năng thích ứng với nhiều thị trường khác nhau. Điều này giúp họ hình thành tư duy toàn cầu ngay từ giai đoạn đầu.

Thứ hai, hệ thống giáo dục và môi trường xã hội tại các quốc gia Bắc Âu tạo điều kiện thuận lợi cho đổi mới sáng tạo. Các nền kinh tế trong khu vực thường đầu tư mạnh vào nghiên cứu, khoa học và công nghệ, đồng thời khuyến khích tinh thần sáng tạo trong doanh nghiệp. Sự kết nối giữa trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp góp phần hình thành những hệ sinh thái đổi mới hiệu quả.

Một yếu tố quan trọng khác là văn hóa doanh nghiệp dựa trên sự tin cậy và minh bạch. Trong nhiều tổ chức, cấu trúc quản trị tương đối phẳng, khuyến khích sự hợp tác và trao đổi ý tưởng giữa các cấp. Môi trường làm việc này giúp thúc đẩy sáng tạo và tăng khả năng thích ứng của tổ chức trước những thay đổi của thị trường toàn cầu.

Đối với Phạm Đông Anh, việc nghiên cứu các thương hiệu Bắc Âu cho thấy rằng sức mạnh thật sự của những doanh nghiệp này không chỉ nằm ở sản phẩm, mà còn nằm ở hệ giá trị và triết lý quản trị dài hạn. Chính sự kết hợp giữa văn hóa xã hội, tư duy thiết kế và trách nhiệm đối với con người đã giúp nhiều doanh nghiệp trong khu vực này xây dựng được những thương hiệu có ảnh hưởng trên phạm vi toàn cầu.

Chương 4.

Hành trình nghiên cứu Bắc Âu

Mục tiêu của chuyến đi

Chuyến đi đến khu vực Bắc Âu của Phạm Đông Anh được thực hiện với mục tiêu tìm hiểu sâu hơn về bối cảnh văn hóa, xã hội và công nghiệp đã hình thành nên những triết lý quản trị đặc trưng của khu vực này. Trong nhiều thập kỷ, các quốc gia Bắc Âu như Sweden và Finland đã xây dựng được những mô hình doanh nghiệp bền vững, nơi sự phát triển kinh tế gắn liền với trách nhiệm xã hội và sự tôn trọng con người. Việc quan sát trực tiếp môi trường xã hội và công nghiệp tại đây giúp làm rõ những yếu tố đã tạo nên thành công của các doanh nghiệp trong khu vực.

Một trong những mục tiêu quan trọng của chuyến đi là nghiên cứu thực địa về các trung tâm công nghiệp và văn hóa doanh nghiệp tại Bắc Âu. Các thành phố như Stockholm hay Gothenburg không chỉ là trung tâm kinh tế của Thụy Điển mà còn là nơi hình thành và phát triển của nhiều thương hiệu công nghiệp lớn, trong đó có Volvo. Việc tìm hiểu các thành phố này giúp cung cấp cái nhìn rõ hơn về mối liên hệ giữa môi trường xã hội, văn hóa và sự phát triển của doanh nghiệp.

Bên cạnh yếu tố công nghiệp, chuyến đi còn hướng tới việc quan sát đời sống thường nhật của người dân Bắc Âu, từ cách tổ chức không gian đô thị đến văn hóa làm việc và sinh hoạt. Những yếu tố tưởng chừng đơn giản như nhịp sống, văn hóa cà phê hay cách con người tương tác trong môi trường công cộng đều phản ánh những giá trị xã hội sâu sắc, có ảnh hưởng đến cách các tổ chức vận hành và phát triển.

Thông qua chuyến đi này, mục tiêu không chỉ là thu thập thông tin hay trải nghiệm văn hóa, mà còn là kết nối những quan sát thực tế với các câu hỏi về quản trị doanh nghiệp. Những ghi chép từ hành trình trở thành nguồn tư liệu quan trọng để hiểu rõ hơn vì sao nhiều doanh nghiệp Bắc Âu có thể xây dựng những mô hình phát triển bền vững và duy trì các giá trị cốt lõi trong suốt nhiều thế hệ.

Những thành phố trong hành trình

Hành trình nghiên cứu Bắc Âu của Phạm Đông Anh trải dài qua nhiều thành phố quan trọng của khu vực, nơi phản ánh rõ nét sự kết hợp giữa văn hóa, lịch sử và công nghiệp hiện đại. Mỗi địa điểm trong chuyến đi đều mang một ý nghĩa riêng, góp phần giúp hiểu rõ hơn bối cảnh hình thành của các mô hình quản trị và những giá trị xã hội đặc trưng của Bắc Âu.

Điểm dừng chân đầu tiên là Helsinki, thủ đô của Finland. Thành phố này nổi bật với kiến trúc hiện đại, hệ thống giáo dục phát triển và môi trường đô thị chú trọng đến thiết kế bền vững. Helsinki thường được xem là một trong những trung tâm sáng tạo của Bắc Âu, nơi nhiều ý tưởng về thiết kế, công nghệ và quản trị được hình thành.

Tiếp theo là Rovaniemi, thành phố nằm gần vòng Bắc Cực. Đây là cửa ngõ của vùng Lapland – nơi thiên nhiên khắc nghiệt đã hình thành nên một lối sống gắn với sự bền bỉ và khả năng thích nghi của con người. Trải nghiệm tại vùng cực Bắc mang lại một góc nhìn khác về môi trường tự nhiên và cách xã hội Bắc Âu tổ chức cuộc sống trong điều kiện khí hậu đặc biệt.

Hành trình sau đó tiếp tục đến Stockholm, trung tâm chính trị, kinh tế và văn hóa của Sweden. Stockholm được biết đến như

một trong những thành phố sáng tạo nhất châu Âu, nơi kết hợp hài hòa giữa lịch sử lâu đời và hệ sinh thái công nghệ hiện đại.

Hình 6: Tác giả Phạm Đông Anh tại Lapland, Phần Lan, trong hành trình quan sát cực quang tại vùng Bắc Cực.

Một điểm đến quan trọng khác là Gothenburg – thành phố công nghiệp lớn thứ hai của Thụy Điển. Đây cũng là nơi gắn liền với lịch sử của Volvo, thương hiệu công nghiệp đã trở thành biểu tượng của triết lý thiết kế an toàn và tôn trọng con người. Việc tìm hiểu Gothenburg giúp làm rõ mối liên hệ giữa môi trường công nghiệp và những giá trị quản trị đặc trưng của doanh nghiệp Bắc Âu.

Thông qua việc trải nghiệm nhiều thành phố khác nhau trong khu vực, hành trình không chỉ mang lại những quan sát về công nghiệp và doanh nghiệp, mà còn mở ra một bức tranh rộng hơn về xã hội Bắc Âu – nơi các giá trị văn hóa, môi trường sống và tư duy quản trị cùng tồn tại và ảnh hưởng lẫn nhau.

Góc nhìn thực địa về xã hội và doanh nghiệp

Một trong những giá trị quan trọng nhất của chuyến đi Bắc Âu là cơ hội quan sát trực tiếp môi trường xã hội và cách các doanh nghiệp vận hành trong bối cảnh văn hóa cụ thể. Đối với Phạm Đông Anh, việc trải nghiệm thực địa mang lại những hiểu biết sâu sắc hơn so với việc chỉ nghiên cứu qua sách vở hay tài liệu học thuật.

Tại các thành phố như Stockholm hay Helsinki, có thể dễ dàng nhận thấy mức độ tổ chức cao của xã hội. Không gian đô thị được thiết kế khoa học, giao thông vận hành hiệu quả và các dịch vụ công được xây dựng với tiêu chuẩn cao. Những yếu tố này tạo nên một môi trường xã hội ổn định, nơi sự tin cậy giữa con người, doanh nghiệp và chính quyền được duy trì ở mức cao.

Quan sát môi trường làm việc tại Bắc Âu cũng cho thấy một cách tiếp cận khác đối với quản trị doanh nghiệp. Các tổ chức thường khuyến khích sự hợp tác, đối thoại và chia sẻ trách nhiệm trong công việc. Cấu trúc quản lý ít phân cấp hơn giúp nhân viên có cơ hội tham gia vào quá trình ra quyết định, từ đó tạo ra sự gắn kết và tinh thần trách nhiệm trong tổ chức.

Trong các trung tâm công nghiệp như Gothenburg, nơi gắn liền với lịch sử của Volvo, mối quan hệ giữa công nghiệp và xã hội thể hiện rất rõ. Các doanh nghiệp không chỉ tập trung vào sản xuất mà còn chú trọng đến an toàn lao động, môi trường làm việc và trách nhiệm đối với cộng đồng. Điều này phản ánh một triết lý phát triển trong đó lợi ích kinh tế được gắn liền với các giá trị xã hội.

Từ góc nhìn thực địa, có thể thấy rằng những triết lý quản trị nổi tiếng của Bắc Âu không xuất hiện một cách ngẫu nhiên. Chúng được hình thành từ một môi trường xã hội đề cao sự minh bạch, trách nhiệm và tôn trọng con người. Chính nền tảng văn hóa này đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong khu vực phát triển những mô hình quản trị mang tính bền vững và có ảnh hưởng rộng rãi trên thế giới.

Ghi chép từ hành trình

Trong suốt chuyến đi nghiên cứu tại khu vực Bắc Âu, Phạm Đông Anh đã ghi lại nhiều quan sát và trải nghiệm thực tế về môi trường xã hội, văn hóa và công nghiệp của khu vực này. Những ghi chép này không chỉ mang tính cá nhân, mà còn trở thành nguồn tư liệu quan trọng để hiểu rõ hơn những yếu tố đã góp phần hình thành nên các mô hình quản trị đặc trưng của Bắc Âu.

Tại Stockholm, ấn tượng nổi bật là sự kết hợp hài hòa giữa lịch sử và hiện đại. Thành phố được xây dựng trên nhiều hòn đảo với không gian xanh rộng lớn, tạo nên một môi trường sống gần gũi với thiên nhiên. Nhịp sống tại đây diễn ra tương đối chậm rãi và trật tự, phản ánh một xã hội coi trọng sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống.

Ở Gothenburg, những dấu ấn của công nghiệp hiện đại hiện diện rõ nét. Thành phố này gắn liền với sự phát triển của Volvo – một thương hiệu công nghiệp đã trở thành biểu tượng của triết lý thiết kế an toàn và tôn trọng con người. Quan sát môi trường công nghiệp tại đây giúp làm rõ mối liên hệ giữa văn hóa xã hội Bắc Âu và cách các doanh nghiệp xây dựng triết lý phát triển dài hạn.

Một trải nghiệm đặc biệt khác là chuyến đi tới Rovaniemi, thành phố nằm gần vòng Bắc Cực. Khung cảnh thiên nhiên rộng lớn, khí hậu lạnh giá và cuộc sống gắn liền với thiên nhiên mang lại cảm nhận rõ rệt về cách con người Bắc Âu thích nghi với môi trường khắc nghiệt. Điều này phần nào lý giải vì sao các xã hội trong khu vực thường phát triển những giá trị như tính kỷ luật, sự bền bỉ và tinh thần cộng đồng.

Những ghi chép từ hành trình vì vậy không chỉ là ký ức về một chuyến đi, mà còn là những quan sát giúp kết nối giữa trải nghiệm thực tế và các câu hỏi về quản trị doanh nghiệp. Qua từng thành phố và từng bối cảnh xã hội khác nhau, hành trình Bắc Âu mở ra một góc nhìn sâu hơn về mối quan hệ giữa môi trường văn hóa, con người và sự phát triển của các doanh nghiệp công nghiệp bền vững.

Chương 5.

Stockholm – trung tâm sáng tạo của Thụy Điển

Lịch sử và vị thế của Stockholm

Stockholm là thủ đô và trung tâm kinh tế, chính trị của Sweden. Thành phố được thành lập vào thế kỷ XIII và phát triển mạnh nhờ vị trí chiến lược nằm giữa biển Baltic và hệ thống hồ nội địa của Thụy Điển. Từ một trung tâm thương mại quan trọng trong thời kỳ Trung cổ, Stockholm dần trở thành đầu mối giao thương, hành chính và văn hóa của quốc gia.

Trong lịch sử phát triển của Thụy Điển, Stockholm đóng vai trò trung tâm của nhiều quyết định chính trị và kinh tế quan trọng. Thành phố này là nơi đặt trụ sở của chính phủ, quốc hội và nhiều tổ chức nghiên cứu hàng đầu. Đồng thời, đây cũng là nơi tập trung các trường đại học lớn, các viện nghiên cứu khoa học và các trung tâm công nghệ, tạo nên một hệ sinh thái tri thức có ảnh hưởng mạnh mẽ đối với sự phát triển của đất nước.

Ngày nay, Stockholm thường được xem là một trong những trung tâm đổi mới sáng tạo của châu Âu. Thành phố này đã sản sinh ra nhiều doanh nghiệp công nghệ và thương hiệu toàn cầu như Spotify hay Ericsson. Sự kết hợp giữa nền giáo dục chất lượng cao, môi trường kinh doanh minh bạch và văn hóa sáng tạo đã giúp Stockholm trở thành một trong những hệ sinh thái khởi nghiệp năng động nhất khu vực Bắc Âu.

Đối với Phạm Đông Anh, việc tìm hiểu Stockholm mang lại một góc nhìn quan trọng về mối liên hệ giữa môi trường đô thị, hệ

thống giáo dục và sự phát triển của doanh nghiệp. Thành phố này cho thấy rằng một trung tâm sáng tạo không chỉ được xây dựng bởi các công ty công nghệ, mà còn bởi một hệ sinh thái rộng lớn gồm trường đại học, tổ chức nghiên cứu, doanh nghiệp và các chính sách xã hội khuyến khích đổi mới.

Hình 7: Tác giả Phạm Đông Anh tại Gamla Stan – khu phố cổ nổi tiếng của Stockholm, nơi lưu giữ lịch sử hàng trăm năm của thủ đô Thụy Điển.

Văn hóa Fika và môi trường làm việc

Một trong những nét văn hóa đặc trưng của Sweden là khái niệm **Fika** – một truyền thống xã hội gắn liền với việc tạm dừng công việc để thưởng thức cà phê, bánh ngọt và trò chuyện cùng đồng nghiệp hoặc bạn bè. Tuy nhiên, Fika không đơn thuần là một khoảng nghỉ giải lao. Trong môi trường doanh nghiệp Thụy Điển, đây được xem như một phần của văn hóa tổ chức, nơi các mối quan hệ trong công việc được xây dựng và củng cố một cách tự nhiên.

Hình 8: Tác giả Phạm Đông Anh tại quán cà phê Fika nổi tiếng Vete-Katten ở Stockholm, một biểu tượng văn hóa Fika của Thụy Điển từ năm 1928.

Trong nhiều công ty, Fika thường diễn ra vào các khung giờ cố định trong ngày, khi nhân viên tạm dừng công việc để gặp gỡ và trao đổi trong không gian thân thiện. Khoảng thời gian này giúp giảm căng thẳng, tạo điều kiện cho các cuộc trò chuyện không

chính thức và thúc đẩy sự kết nối giữa các thành viên trong tổ chức. Những cuộc trao đổi ngắn trong lúc uống cà phê đôi khi trở thành nơi khởi nguồn cho nhiều ý tưởng mới hoặc giúp giải quyết những vấn đề trong công việc.

Văn hóa Fika cũng phản ánh một triết lý quản trị rộng hơn trong xã hội Bắc Âu: hiệu quả làm việc không chỉ phụ thuộc vào số giờ lao động, mà còn phụ thuộc vào chất lượng môi trường làm việc và sự gắn kết giữa con người. Khi nhân viên có cơ hội nghỉ ngơi, trao đổi và duy trì mối quan hệ tích cực với đồng nghiệp, họ thường làm việc hiệu quả hơn và có động lực gắn bó lâu dài với tổ chức.

Những giá trị này cũng được phản ánh trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp của Thụy Điển, bao gồm Volvo. Môi trường làm việc tại các doanh nghiệp Bắc Âu thường khuyến khích sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân, đồng thời tạo điều kiện để nhân viên tham gia vào các cuộc đối thoại cởi mở trong tổ chức.

Đối với Phạm Đông Anh, trải nghiệm văn hóa Fika tại Stockholm cho thấy rằng những yếu tố tưởng chừng đơn giản trong đời sống thường ngày có thể phản ánh một triết lý quản trị sâu sắc. Trong mô hình này, sự kết nối giữa con người trở thành nền tảng để xây dựng một tổ chức bền vững và sáng tạo.

Hệ sinh thái startup Bắc Âu

Trong hai thập kỷ gần đây, khu vực Bắc Âu đã nổi lên như một trong những hệ sinh thái khởi nghiệp năng động nhất thế giới. Mặc dù dân số của các quốc gia trong khu vực tương đối nhỏ, các thành phố như Stockholm, Helsinki hay Copenhagen lại liên tục sản sinh ra nhiều công ty công nghệ có ảnh hưởng toàn cầu.

Những doanh nghiệp như Spotify, Klarna hay Supercell là minh chứng rõ ràng cho sức mạnh của hệ sinh thái khởi nghiệp trong khu vực.

Một trong những yếu tố quan trọng tạo nên thành công của hệ sinh thái này là nền tảng giáo dục và nghiên cứu mạnh mẽ. Các quốc gia Bắc Âu đầu tư lớn vào khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, đồng thời xây dựng mối liên kết chặt chẽ giữa trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp. Điều này giúp các ý tưởng công nghệ có thể nhanh chóng được chuyển hóa thành sản phẩm và mô hình kinh doanh thực tế.

Bên cạnh đó, môi trường xã hội tại Bắc Âu cũng tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động khởi nghiệp. Hệ thống phúc lợi xã hội phát triển giúp giảm bớt rủi ro cá nhân khi bắt đầu một dự án mới, trong khi các chính sách của chính phủ khuyến khích đầu tư vào các doanh nghiệp đổi mới. Nhiều quỹ đầu tư mạo hiểm và các chương trình hỗ trợ startup được hình thành nhằm thúc đẩy sự phát triển của các công ty công nghệ.

Một yếu tố khác không thể bỏ qua là văn hóa hợp tác và sự minh bạch trong môi trường kinh doanh. Các cộng đồng startup tại Bắc Âu thường có xu hướng chia sẻ kiến thức và hỗ trợ lẫn nhau, tạo ra một mạng lưới kết nối mạnh mẽ giữa các nhà sáng lập, nhà đầu tư và chuyên gia công nghệ.

Đối với Phạm Đông Anh, việc quan sát hệ sinh thái startup Bắc Âu mang lại một góc nhìn thú vị về sự kết hợp giữa truyền thống công nghiệp lâu đời và tinh thần đổi mới sáng tạo. Chính sự kết nối giữa nền tảng giáo dục, môi trường xã hội và văn hóa doanh nghiệp đã giúp khu vực này trở thành một trong những trung tâm khởi nghiệp quan trọng của thế giới.

Quan sát về quản trị con người

Trong quá trình tìm hiểu môi trường doanh nghiệp tại khu vực Bắc Âu, một trong những điểm nổi bật dễ nhận thấy là cách các tổ chức tiếp cận vấn đề quản trị con người. Khác với nhiều mô hình quản lý truyền thống tập trung mạnh vào quyền lực cấp bậc, các doanh nghiệp tại Sweden thường xây dựng môi trường làm việc dựa trên sự tin cậy, trách nhiệm cá nhân và tinh thần hợp tác.

Tại nhiều công ty, cấu trúc tổ chức tương đối phẳng, giúp giảm khoảng cách giữa các cấp quản lý và nhân viên. Các nhà quản lý không chỉ đóng vai trò điều hành mà còn được xem như người hỗ trợ và định hướng cho đội ngũ. Cách tiếp cận này khuyến khích nhân viên chủ động đưa ra ý tưởng, tham gia vào quá trình ra quyết định và chịu trách nhiệm đối với công việc của mình.

Một yếu tố quan trọng khác là sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân. Các doanh nghiệp Bắc Âu thường coi việc bảo đảm sức khỏe tinh thần và môi trường làm việc tích cực là điều kiện để duy trì hiệu suất lâu dài. Những yếu tố như thời gian làm việc hợp lý, không gian làm việc thân thiện và văn hóa đối thoại cởi mở góp phần tạo ra sự gắn kết giữa nhân viên và tổ chức.

Triết lý này cũng được thể hiện rõ trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp lớn của Thụy Điển, trong đó có Volvo. Tại đây, an toàn lao động, tôn trọng con người và trách nhiệm xã hội luôn được xem là những giá trị cốt lõi trong hoạt động của doanh nghiệp.

Từ góc nhìn của Phạm Đông Anh, quản trị con người tại Bắc Âu cho thấy rằng sức mạnh của một tổ chức không chỉ đến từ công

nghệ hay chiến lược kinh doanh, mà còn đến từ cách doanh nghiệp xây dựng môi trường làm việc và phát huy năng lực của con người trong hệ thống. Khi con người được tôn trọng và trao quyền phù hợp, họ trở thành nguồn lực quan trọng nhất giúp doanh nghiệp phát triển bền vững trong dài hạn.

Chương 6.

Gothenburg – thành phố của công nghiệp Volvo

Lịch sử công nghiệp Thụy Điển

Sự phát triển của nền công nghiệp tại Sweden là một trong những yếu tố quan trọng giúp quốc gia Bắc Âu này trở thành một trong những nền kinh tế tiên tiến của châu Âu. Từ cuối thế kỷ XIX và đầu thế kỷ XX, Thụy Điển đã trải qua quá trình công nghiệp hóa mạnh mẽ, chuyển mình từ một nền kinh tế nông nghiệp sang một quốc gia có nền sản xuất công nghiệp hiện đại.

Hình 9: Tác giả Phạm Đông Anh tại khu trưng bày Volvo Cars Traffic Accident Research Team bên chiếc Volvo XC60 – biểu tượng cho triết lý nghiên cứu tai nạn giao thông và an toàn con người của Volvo. Tại thành phố Gothenburg Thuỵ Điển

Trong giai đoạn đầu, các ngành công nghiệp của Thụy Điển phát triển dựa trên nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú như gỗ, quặng sắt và thủy điện. Những nguồn lực này tạo điều kiện cho sự hình thành của các ngành luyện kim, đóng tàu và chế tạo máy. Qua thời gian, nền công nghiệp Thụy Điển dần chuyển sang các lĩnh vực có giá trị gia tăng cao hơn như kỹ thuật cơ khí, viễn thông và công nghệ sản xuất.

Trong bối cảnh đó, thành phố Gothenburg nổi lên như một trung tâm công nghiệp quan trọng của quốc gia. Nhờ vị trí cảng biển thuận lợi trên bờ biển phía tây, Gothenburg trở thành cửa ngõ giao thương quốc tế và là nơi tập trung nhiều ngành công nghiệp chế tạo. Chính môi trường công nghiệp này đã tạo điều kiện cho sự ra đời và phát triển của nhiều doanh nghiệp lớn.

Một trong những doanh nghiệp tiêu biểu gắn liền với lịch sử công nghiệp Thụy Điển là Volvo, được thành lập vào năm 1927 tại Gothenburg. Volvo không chỉ là một hãng sản xuất ô tô, mà còn là biểu tượng của tư duy kỹ thuật và triết lý công nghiệp Bắc Âu. Trong suốt quá trình phát triển, doanh nghiệp này đã góp phần định hình hình ảnh của ngành công nghiệp Thụy Điển trên thị trường toàn cầu.

Đối với Phạm Đông Anh, việc tìm hiểu lịch sử công nghiệp Thụy Điển giúp làm rõ mối liên hệ giữa bối cảnh kinh tế – xã hội và sự hình thành của các triết lý quản trị trong doanh nghiệp. Những giá trị như sự chính xác trong kỹ thuật, trách nhiệm đối với xã hội và tư duy phát triển dài hạn đã trở thành nền tảng cho nhiều doanh nghiệp công nghiệp của quốc gia này.

Di sản của Volvo

Trong lịch sử công nghiệp hiện đại, Volvo được xem là một trong những thương hiệu tiêu biểu của Sweden. Kể từ khi được thành lập vào năm 1927 tại Gothenburg, Volvo đã xây dựng danh tiếng toàn cầu không chỉ nhờ chất lượng sản phẩm mà còn nhờ triết lý phát triển dựa trên sự an toàn và tôn trọng con người.

Di sản quan trọng nhất của Volvo nằm ở những đóng góp trong lĩnh vực an toàn giao thông. Trong suốt nhiều thập kỷ, hãng xe này đã đi đầu trong việc nghiên cứu và phát triển các công nghệ bảo vệ người lái và hành khách. Một trong những ví dụ nổi bật là việc Volvo phát minh và phổ biến dây an toàn ba điểm – một sáng kiến đã trở thành tiêu chuẩn an toàn trên toàn thế giới và góp phần cứu sống hàng triệu người.

Bên cạnh những đổi mới về kỹ thuật, Volvo còn xây dựng một triết lý doanh nghiệp mang tính nhân văn. Ngay từ những năm đầu phát triển, công ty đã xác định rằng mục tiêu của công nghệ không chỉ là tạo ra những sản phẩm mạnh mẽ hay nhanh hơn, mà là bảo vệ con người trong mọi tình huống. Triết lý này đã định hình cách Volvo thiết kế sản phẩm, xây dựng tiêu chuẩn an toàn và phát triển văn hóa doanh nghiệp trong suốt gần một thế kỷ.

Di sản của Volvo cũng gắn liền với sự phát triển của thành phố Gothenburg. Từ một trung tâm công nghiệp ven biển, Gothenburg đã trở thành một trong những cái nôi của ngành công nghiệp ô tô và kỹ thuật cơ khí tại châu Âu. Sự hiện diện của Volvo không chỉ tạo ra hàng nghìn việc làm mà còn góp phần hình thành một hệ sinh thái công nghiệp và nghiên cứu xung quanh lĩnh vực sản xuất ô tô.

Đối với Phạm Đông Anh, di sản của Volvo không chỉ nằm ở những chiếc xe, mà còn ở triết lý quản trị đã giúp doanh nghiệp duy trì các giá trị cốt lõi qua nhiều thế hệ. Chính sự kết hợp giữa

đổi mới kỹ thuật và trách nhiệm đối với con người đã tạo nên bản sắc đặc biệt của Volvo trong lịch sử công nghiệp thế giới.

Bài học từ công nghiệp Bắc Âu

Sự phát triển của nền công nghiệp tại Sweden và các quốc gia Bắc Âu mang lại nhiều bài học đáng chú ý cho các doanh nghiệp đang tìm kiếm mô hình phát triển bền vững. Trong suốt quá trình công nghiệp hóa, các quốc gia trong khu vực không chỉ tập trung vào sản lượng hay quy mô sản xuất, mà còn chú trọng đến chất lượng kỹ thuật, trách nhiệm xã hội và tầm nhìn dài hạn của doanh nghiệp.

Một bài học quan trọng là tư duy phát triển dựa trên giá trị cốt lõi. Nhiều doanh nghiệp công nghiệp Bắc Âu xây dựng chiến lược kinh doanh xoay quanh một hệ giá trị rõ ràng và duy trì nó trong nhiều thập kỷ. Trường hợp của Volvo là một ví dụ điển hình: thay vì cạnh tranh chủ yếu bằng tốc độ hay giá thành, Volvo lựa chọn tập trung vào an toàn và sự bảo vệ con người. Chính sự nhất quán trong triết lý này đã giúp thương hiệu tạo dựng niềm tin lâu dài trên thị trường toàn cầu.

Bài học thứ hai là tầm quan trọng của hệ thống công nghiệp và tiêu chuẩn kỹ thuật. Các doanh nghiệp Bắc Âu thường đầu tư mạnh vào nghiên cứu, thiết kế và kiểm soát chất lượng sản phẩm. Việc xây dựng những tiêu chuẩn kỹ thuật nghiêm ngặt giúp đảm bảo sự ổn định của sản phẩm và tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trong dài hạn.

Một yếu tố khác là mối quan hệ giữa doanh nghiệp và xã hội. Trong nhiều quốc gia Bắc Âu, doanh nghiệp được xem như một phần của cấu trúc xã hội rộng lớn, nơi lợi ích kinh tế gắn liền với trách nhiệm đối với cộng đồng và môi trường. Cách tiếp cận này

giúp xây dựng mức độ tin cậy cao giữa doanh nghiệp, người lao động và xã hội.

Đối với Phạm Đông Anh, những bài học từ công nghiệp Bắc Âu cho thấy rằng sự phát triển bền vững của doanh nghiệp không chỉ phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh ngắn hạn. Khi doanh nghiệp xây dựng được một hệ giá trị rõ ràng, duy trì tiêu chuẩn kỹ thuật cao và đặt con người vào trung tâm của hoạt động sản xuất, tổ chức có thể tạo ra những giá trị lâu dài vượt ra ngoài chu kỳ kinh tế thông thường.

Triết lý thiết kế vì con người

Một trong những đặc điểm nổi bật của nền công nghiệp tại Sweden là cách các doanh nghiệp tiếp cận thiết kế sản phẩm với trọng tâm đặt vào con người. Trong triết lý này, công nghệ không chỉ nhằm tối đa hóa hiệu suất hay lợi nhuận, mà trước hết phải phục vụ nhu cầu an toàn, tiện nghi và chất lượng cuộc sống của con người. Cách tiếp cận đó đã trở thành nền tảng cho nhiều doanh nghiệp công nghiệp Bắc Âu.

Trong ngành công nghiệp ô tô, Volvo được xem là một ví dụ tiêu biểu của triết lý thiết kế vì con người. Từ những năm đầu phát triển, Volvo đã xác định rằng mục tiêu cốt lõi của sản phẩm là bảo vệ người lái và hành khách trong mọi tình huống. Điều này dẫn đến việc hãng tập trung mạnh vào nghiên cứu cấu trúc khung xe, hệ thống bảo vệ người ngồi và các công nghệ an toàn chủ động nhằm giảm thiểu rủi ro tai nạn.

Triết lý thiết kế này không chỉ giới hạn trong lĩnh vực ô tô mà còn xuất hiện trong nhiều ngành công nghiệp khác của Bắc Âu. Các sản phẩm được phát triển với sự chú trọng đến tính tiện dụng, sự an toàn và trải nghiệm của người sử dụng. Thiết kế thường

hướng đến sự đơn giản, trực quan và bền vững, phản ánh cách các doanh nghiệp trong khu vực cân bằng giữa công nghệ, môi trường và nhu cầu của con người.

Đối với Phạm Đông Anh, triết lý thiết kế vì con người là một trong những bài học quan trọng từ nền công nghiệp Bắc Âu. Khi doanh nghiệp đặt con người vào trung tâm của quá trình thiết kế và phát triển sản phẩm, công nghệ không chỉ trở thành công cụ tạo ra giá trị kinh tế mà còn góp phần nâng cao sự an toàn và chất lượng cuộc sống trong xã hội. Chính sự kết hợp giữa tư duy kỹ thuật và giá trị nhân văn đã tạo nên bản sắc đặc biệt của nhiều thương hiệu công nghiệp Bắc Âu.

Chương 7.

Lapland và Bắc Cực – trải nghiệm vùng đất cực Bắc

Thiên nhiên và văn hóa Lapland

Lapland là vùng lãnh thổ rộng lớn nằm ở phía bắc của châu Âu, trải dài qua các quốc gia như Finland, Sweden, Norway và một phần của Russia. Đây là khu vực nằm gần hoặc trong vòng Bắc Cực, nổi tiếng với thiên nhiên hoang sơ, mùa đông kéo dài và những hiện tượng tự nhiên đặc biệt như cực quang.

Hình 10: Tác giả Phạm Đông Anh tại Rovaniemi, thành phố nằm ngay trên Vòng Bắc Cực (Arctic Circle), trung tâm văn hóa của vùng Lapland và điểm khởi đầu cho nhiều hành trình khám phá Bắc Cực.

Một trong những thành phố quan trọng của vùng Lapland là Rovaniemi, nằm ngay gần đường Vòng Bắc Cực. Thành phố này thường được xem là cửa ngõ của vùng Bắc Cực tại Phần Lan, nơi du khách có thể trải nghiệm cảnh quan tuyết trắng, rừng thông bạt ngàn và những dòng sông đóng băng vào mùa đông. Khí hậu khắc nghiệt với mùa đông dài và nhiệt độ thấp đã hình thành nên một môi trường sống đặc biệt, nơi con người phải thích nghi với thiên nhiên trong suốt nhiều thế hệ.

Lapland cũng là quê hương truyền thống của người Sami – một cộng đồng bản địa sinh sống tại vùng cực Bắc của châu Âu. Văn hóa của người Sami gắn liền với chăn nuôi tuần lộc, đánh cá và cuộc sống du mục trong môi trường thiên nhiên khắc nghiệt. Những tập quán này phản ánh mối quan hệ sâu sắc giữa con người và thiên nhiên trong khu vực.

Đối với Phạm Đông Anh, trải nghiệm Lapland mang lại một góc nhìn khác về xã hội Bắc Âu. Trong điều kiện thiên nhiên khắc nghiệt của vùng cực Bắc, con người phát triển những giá trị như sự bền bỉ, tính kỷ luật và tinh thần cộng đồng. Những yếu tố này không chỉ ảnh hưởng đến đời sống văn hóa mà còn góp phần hình thành những đặc điểm trong tư duy xã hội và quản trị của các quốc gia Bắc Âu.

Cuộc sống tại vòng Bắc Cực

Khu vực vòng Bắc Cực là một trong những vùng sinh sống đặc biệt nhất của con người trên Trái Đất. Tại các địa phương nằm gần đường Bắc Cực như Rovaniemi thuộc Finland, cuộc sống của người dân gắn liền với những điều kiện tự nhiên khắc nghiệt. Mùa đông kéo dài nhiều tháng với nhiệt độ thấp và thời gian ban ngày rất ngắn, trong khi mùa hè lại xuất hiện hiện tượng "mặt trời lúc nửa đêm", khi ánh sáng kéo dài gần như suốt cả ngày.

Trong môi trường như vậy, con người buộc phải thích nghi với nhịp sống đặc biệt. Các hoạt động sinh hoạt, giao thông và sản xuất đều được tổ chức phù hợp với điều kiện khí hậu lạnh giá. Nhà ở được thiết kế để giữ nhiệt tốt, hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng phải đảm bảo hoạt động ổn định ngay cả khi tuyết phủ dày và nhiệt độ xuống rất thấp.

Bên cạnh những thách thức của khí hậu, cuộc sống tại vòng Bắc Cực cũng mang lại một mối quan hệ đặc biệt giữa con người và thiên nhiên. Những cánh rừng rộng lớn, hồ nước đóng băng vào mùa đông và bầu trời cực quang tạo nên một môi trường sống độc đáo, nơi thiên nhiên đóng vai trò quan trọng trong đời sống văn hóa và tinh thần của cư dân địa phương.

Đối với Phạm Đông Anh, trải nghiệm cuộc sống tại vòng Bắc Cực mang lại nhiều suy ngẫm về khả năng thích nghi của con người trước những điều kiện tự nhiên khắc nghiệt. Chính trong những môi trường như vậy, các xã hội Bắc Âu đã hình thành những giá trị như kỷ luật, sự kiên trì và tinh thần cộng đồng – những yếu tố góp phần định hình văn hóa và tư duy quản trị của khu vực này.

Con người trong môi trường khắc nghiệt

Cuộc sống tại vùng cực Bắc của châu Âu đặt con người trước những điều kiện tự nhiên đặc biệt khắc nghiệt. Tại các khu vực thuộc Lapland, trải dài qua Finland, Sweden và Norway, mùa đông kéo dài với nhiệt độ thấp, tuyết phủ dày và thời gian ban ngày rất ngắn. Trong bối cảnh đó, con người buộc phải phát triển những cách thức thích nghi đặc biệt để duy trì cuộc sống ổn định qua nhiều thế hệ.

Một trong những đặc điểm nổi bật của các cộng đồng sinh sống tại vùng cực Bắc là tính kỷ luật và khả năng tổ chức cao. Khi điều kiện thiên nhiên không thuận lợi, mọi hoạt động từ sinh hoạt, lao động đến di chuyển đều cần được chuẩn bị cẩn thận. Tinh thần trách nhiệm và sự hợp tác trong cộng đồng vì vậy trở thành yếu tố quan trọng giúp con người vượt qua những thách thức của môi trường tự nhiên.

Bên cạnh đó, cư dân tại vùng Lapland, đặc biệt là cộng đồng người Sami bản địa, đã phát triển một lối sống gắn bó chặt chẽ với thiên nhiên. Các hoạt động như chăn nuôi tuần lộc, đánh cá và di chuyển theo mùa phản ánh sự hiểu biết sâu sắc về môi trường tự nhiên và khả năng thích nghi của con người với khí hậu lạnh giá.

Đối với Phạm Đông Anh, quan sát cuộc sống tại vùng cực Bắc mang lại một góc nhìn đáng suy ngẫm về mối quan hệ giữa môi trường sống và tính cách xã hội. Trong những điều kiện thiên nhiên khắc nghiệt, các giá trị như sự bền bỉ, tính kỷ luật và tinh thần cộng đồng thường được hình thành mạnh mẽ. Những đặc điểm này không chỉ ảnh hưởng đến đời sống văn hóa mà còn góp phần định hình tư duy tổ chức và cách xã hội Bắc Âu xây dựng các hệ thống quản trị bền vững.

Bài học về sự bền bỉ và thích nghi

Trải nghiệm tại vùng cực Bắc của châu Âu mang lại nhiều suy ngẫm về khả năng thích nghi của con người trước những điều kiện tự nhiên khắc nghiệt. Tại các khu vực thuộc Lapland của Finland và Sweden, mùa đông kéo dài với nhiệt độ thấp và ánh sáng mặt trời hạn chế. Trong môi trường như vậy, cuộc sống của con người phụ thuộc rất nhiều vào sự chuẩn bị, tính kỷ luật và khả năng tổ chức.

Một trong những bài học rõ ràng nhất từ vùng đất cực Bắc là sự bền bỉ. Để tồn tại và phát triển trong điều kiện thiên nhiên khắc nghiệt, các cộng đồng tại đây đã hình thành thói quen chuẩn bị dài hạn cho mùa đông, từ việc tích trữ thực phẩm, tổ chức công việc theo mùa cho đến xây dựng cơ sở hạ tầng phù hợp với khí hậu lạnh giá. Sự chuẩn bị này không chỉ mang ý nghĩa sinh tồn mà còn phản ánh một tư duy dài hạn trong cách con người tổ chức cuộc sống.

Bên cạnh đó, khả năng thích nghi cũng là yếu tố quan trọng giúp các xã hội Bắc Âu phát triển ổn định. Con người trong khu vực đã học cách điều chỉnh nhịp sống, phương thức lao động và cấu trúc xã hội để phù hợp với môi trường tự nhiên. Chính sự thích nghi này giúp các cộng đồng duy trì được sự cân bằng giữa con người và thiên nhiên trong suốt nhiều thế hệ.

Đối với Phạm Đông Anh, những trải nghiệm tại vùng cực Bắc mang lại một góc nhìn rộng hơn về cách con người đối mặt với những thách thức của môi trường. Sự bền bỉ và khả năng thích nghi không chỉ là yếu tố giúp cộng đồng tồn tại trong thiên nhiên khắc nghiệt, mà còn là những phẩm chất quan trọng trong quá trình xây dựng và phát triển doanh nghiệp. Khi tổ chức có khả năng chuẩn bị dài hạn và thích nghi với những thay đổi của môi trường kinh tế, doanh nghiệp cũng có thể duy trì sự ổn định và phát triển bền vững trong dài hạn.

Chương 8.

Văn hóa Fika và quản trị con người

Fika là gì trong văn hóa Thụy Điển

Trong đời sống xã hội của Sweden, **Fika** là một truyền thống văn hóa quen thuộc và gần như trở thành một phần của nhịp sống hàng ngày. Về hình thức, Fika thường được hiểu là khoảng thời gian nghỉ ngắn để uống cà phê, thưởng thức bánh ngọt và trò chuyện cùng bạn bè, đồng nghiệp hoặc gia đình. Tuy nhiên, ý nghĩa của Fika vượt xa một hoạt động giải lao đơn thuần; nó phản ánh cách xã hội Thụy Điển coi trọng sự kết nối giữa con người.

Trong nhiều môi trường làm việc, Fika thường diễn ra một hoặc hai lần mỗi ngày. Đây là thời điểm mọi người tạm dừng công việc để gặp gỡ và trò chuyện trong bầu không khí thân thiện. Những cuộc trao đổi này không mang tính hình thức mà diễn ra một cách tự nhiên, giúp các thành viên trong tổ chức hiểu nhau hơn và xây dựng mối quan hệ tin cậy.

Fika vì vậy không chỉ là một thói quen xã hội mà còn là một yếu tố quan trọng trong văn hóa doanh nghiệp Thụy Điển. Trong nhiều tổ chức, khoảng thời gian này được xem như một không gian đối thoại không chính thức, nơi các ý tưởng mới có thể được chia sẻ và các vấn đề trong công việc được thảo luận một cách cởi mở. Cách tiếp cận này góp phần tạo ra môi trường làm việc tích cực và thúc đẩy sự hợp tác giữa các thành viên trong tổ chức.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, Fika là một ví dụ cho thấy những yếu tố văn hóa tưởng chừng đơn giản có thể mang ý nghĩa sâu sắc đối với quản trị con người. Khi doanh nghiệp tạo ra

những không gian để con người kết nối và trao đổi một cách tự nhiên, tổ chức có thể xây dựng được sự tin cậy và tinh thần hợp tác – những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

Fika như một chiến lược quản trị

Trong bối cảnh doanh nghiệp hiện đại, nhiều tổ chức tìm kiếm những phương pháp mới để xây dựng môi trường làm việc hiệu quả và gắn kết. Tại Sweden, văn hóa **Fika** không chỉ đơn thuần là một thói quen xã hội mà còn được xem như một yếu tố góp phần hình thành cách quản trị con người trong doanh nghiệp.

Trong nhiều công ty Thụy Điển, Fika được duy trì như một khoảng thời gian nghỉ ngắn trong ngày làm việc, khi các thành viên trong tổ chức cùng uống cà phê, trò chuyện và trao đổi trong bầu không khí thân thiện. Điều đáng chú ý là khoảng thời gian này không bị xem là sự gián đoạn công việc. Ngược lại, nó được coi là một phần của quá trình xây dựng môi trường làm việc tích cực và thúc đẩy sự kết nối giữa các thành viên.

Từ góc độ quản trị, Fika tạo ra một không gian giao tiếp không chính thức trong tổ chức. Trong những cuộc trò chuyện ngắn này, nhân viên và quản lý có thể trao đổi ý tưởng, chia sẻ quan điểm và thảo luận những vấn đề công việc một cách cởi mở hơn so với các cuộc họp chính thức. Điều này giúp tăng cường sự tin cậy giữa các thành viên và tạo điều kiện để các ý tưởng mới được hình thành.

Triết lý này cũng xuất hiện trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp lớn của Thụy Điển như Volvo, nơi văn hóa làm việc thường khuyến khích đối thoại và sự tham gia của nhân viên trong quá trình ra quyết định. Trong môi trường như vậy, các

hoạt động giao tiếp không chính thức đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng tinh thần hợp tác và duy trì sự gắn kết của tổ chức.

Đối với Phạm Đông Anh, Fika có thể được nhìn nhận như một bài học thú vị về quản trị con người. Khi doanh nghiệp tạo ra những khoảng thời gian để con người kết nối, trao đổi và tái tạo năng lượng, tổ chức không chỉ cải thiện hiệu quả công việc mà còn xây dựng được một nền văn hóa doanh nghiệp bền vững trong dài hạn.

Không gian đối thoại trong doanh nghiệp

Trong nhiều mô hình quản trị hiện đại, khả năng giao tiếp và trao đổi ý tưởng giữa các thành viên trong tổ chức đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Tại Sweden và các quốc gia Bắc Âu, doanh nghiệp thường chú trọng xây dựng những **không gian đối thoại** – nơi nhân viên và nhà quản lý có thể trao đổi quan điểm một cách cởi mở và bình đẳng.

Khác với mô hình quản lý mang tính phân cấp chặt chẽ, nhiều tổ chức tại Bắc Âu khuyến khích sự tham gia của nhân viên vào quá trình thảo luận và ra quyết định. Những cuộc trao đổi này có thể diễn ra trong các cuộc họp chính thức, nhưng cũng thường xuất hiện trong những bối cảnh không chính thức như các buổi Fika hoặc các hoạt động chung của tổ chức. Nhờ đó, các ý tưởng và phản hồi từ nhiều góc nhìn khác nhau có cơ hội được chia sẻ và xem xét.

Trong các doanh nghiệp công nghiệp lớn như Volvo, văn hóa đối thoại được xem là một phần quan trọng của môi trường làm việc. Các nhóm làm việc thường được khuyến khích thảo luận

cởi mở về các giải pháp kỹ thuật, quy trình sản xuất hoặc những cải tiến trong tổ chức. Việc trao đổi ý kiến thường xuyên giúp doanh nghiệp phát hiện sớm những vấn đề và tạo ra các giải pháp sáng tạo hơn.

Đối với Phạm Đông Anh, việc quan sát văn hóa đối thoại trong doanh nghiệp Bắc Âu cho thấy rằng sức mạnh của một tổ chức không chỉ đến từ cấu trúc quản lý hay nguồn lực tài chính, mà còn từ khả năng tạo ra môi trường giao tiếp hiệu quả. Khi con người được khuyến khích chia sẻ ý tưởng và tham gia vào quá trình ra quyết định, doanh nghiệp có thể tận dụng tốt hơn trí tuệ tập thể và xây dựng nền tảng phát triển bền vững.

Bài học cho doanh nghiệp Việt Nam

Những quan sát về văn hóa Fika và mô hình quản trị con người tại các doanh nghiệp Bắc Âu mang lại nhiều gợi ý đáng suy ngẫm cho các tổ chức tại Việt Nam. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao, doanh nghiệp không chỉ cần tập trung vào chiến lược kinh doanh hay công nghệ, mà còn cần xây dựng môi trường làm việc giúp con người phát huy tối đa năng lực của mình.

Một trong những bài học quan trọng là giá trị của sự kết nối trong tổ chức. Các doanh nghiệp tại Sweden thường tạo ra những không gian để nhân viên có thể trao đổi và xây dựng mối quan hệ một cách tự nhiên. Những khoảng thời gian như Fika giúp giảm bớt khoảng cách giữa các cấp quản lý và tạo điều kiện cho sự chia sẻ ý tưởng. Đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam, việc xây dựng các hoạt động giao tiếp nội bộ tương tự có thể góp phần tăng cường sự gắn kết và tinh thần hợp tác trong tổ chức.

Bài học thứ hai là cách doanh nghiệp nhìn nhận vai trò của con người trong hệ thống sản xuất. Trong nhiều công ty Bắc Âu,

nhân viên không chỉ được xem là nguồn lao động mà còn là đối tác trong quá trình phát triển tổ chức. Việc lắng nghe ý kiến của nhân viên và tạo điều kiện cho họ tham gia vào quá trình cải tiến giúp doanh nghiệp tận dụng được trí tuệ tập thể.

Ngoài ra, các doanh nghiệp công nghiệp lớn như Volvo cho thấy rằng một môi trường làm việc tôn trọng con người có thể trở thành nền tảng cho sự phát triển dài hạn. Khi tổ chức xây dựng được văn hóa tin cậy và đối thoại cởi mở, nhân viên thường có xu hướng gắn bó lâu dài và đóng góp nhiều hơn cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Từ góc nhìn của Phạm Đông Anh, bài học quan trọng nhất từ mô hình Bắc Âu là việc cân bằng giữa hiệu quả kinh doanh và sự phát triển của con người. Khi doanh nghiệp đầu tư vào văn hóa tổ chức, xây dựng môi trường làm việc tích cực và khuyến khích đối thoại trong nội bộ, tổ chức không chỉ cải thiện hiệu suất công việc mà còn tạo ra nền tảng bền vững cho sự phát triển trong dài hạn.

Chương 9.

Những bài học quản trị từ Bắc Âu

Con người trước lợi nhuận

Một trong những đặc điểm nổi bật của mô hình quản trị tại các quốc gia Bắc Âu là cách doanh nghiệp đặt con người vào vị trí trung tâm của quá trình phát triển. Trong nhiều tổ chức tại Sweden và các nước Bắc Âu khác, lợi nhuận vẫn là mục tiêu quan trọng của doanh nghiệp, nhưng không phải là yếu tố duy nhất quyết định mọi hoạt động. Thay vào đó, doanh nghiệp hướng tới việc xây dựng những hệ thống phát triển bền vững, trong đó sự an toàn, sức khỏe và sự phát triển của con người được xem là nền tảng lâu dài.

Triết lý này thể hiện rõ trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp lớn của khu vực. Một ví dụ tiêu biểu là Volvo, nơi triết lý an toàn và tôn trọng con người đã trở thành yếu tố định hình trong thiết kế sản phẩm và văn hóa doanh nghiệp. Thay vì chỉ tập trung vào hiệu suất hay lợi nhuận ngắn hạn, Volvo đầu tư mạnh vào nghiên cứu các công nghệ an toàn nhằm giảm thiểu rủi ro cho người sử dụng.

Việc đặt con người trước lợi nhuận không có nghĩa là doanh nghiệp bỏ qua hiệu quả kinh tế. Ngược lại, nhiều công ty Bắc Âu cho thấy rằng khi tổ chức xây dựng được môi trường làm việc an toàn, tôn trọng và khuyến khích sự phát triển của nhân viên, hiệu quả kinh doanh trong dài hạn thường được cải thiện. Nhân viên có động lực làm việc cao hơn, khách hàng tin tưởng thương hiệu hơn và doanh nghiệp có thể duy trì uy tín trong nhiều năm.

Từ góc nhìn của Phạm Đông Anh, bài học quan trọng từ mô hình quản trị Bắc Âu là việc nhìn nhận doanh nghiệp như một hệ thống phục vụ con người. Khi con người được đặt ở vị trí trung tâm, công nghệ, quy trình và chiến lược kinh doanh sẽ được thiết kế theo hướng bảo vệ và nâng cao giá trị của con người. Chính cách tiếp cận này đã giúp nhiều doanh nghiệp Bắc Âu xây dựng được những thương hiệu bền vững và có ảnh hưởng trên phạm vi toàn cầu.

Thiết kế hệ thống thay vì quản lý con người

Một trong những đặc điểm đáng chú ý của mô hình quản trị tại các quốc gia Bắc Âu là cách tiếp cận dựa trên **thiết kế hệ thống** thay vì chỉ tập trung vào việc kiểm soát hành vi của con người. Trong nhiều doanh nghiệp tại Sweden, các quy trình, cấu trúc tổ chức và môi trường làm việc được xây dựng sao cho hệ thống tự vận hành một cách hiệu quả, giảm sự phụ thuộc vào việc giám sát trực tiếp từng cá nhân.

Theo cách tiếp cận này, doanh nghiệp không đặt trọng tâm vào việc quản lý chặt chẽ từng nhân viên, mà tập trung thiết kế các quy trình rõ ràng, tiêu chuẩn kỹ thuật minh bạch và cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các bộ phận. Khi hệ thống được xây dựng hợp lý, mỗi cá nhân có thể chủ động thực hiện công việc của mình trong khuôn khổ chung của tổ chức mà không cần sự kiểm soát quá mức từ cấp quản lý.

Trong nhiều doanh nghiệp công nghiệp lớn của Thụy Điển, triết lý này thể hiện rõ qua việc xây dựng các quy trình sản xuất và hệ thống quản lý chất lượng chặt chẽ. Các tổ chức như Volvo đầu tư mạnh vào thiết kế quy trình, tiêu chuẩn kỹ thuật và hệ thống kiểm soát an toàn. Nhờ đó, hiệu quả sản xuất không phụ

thuộc hoàn toàn vào năng lực của từng cá nhân, mà được đảm bảo bởi cấu trúc vận hành của toàn bộ hệ thống.

Đối với Phạm Đông Anh, cách tiếp cận này mang lại một bài học quan trọng về quản trị doanh nghiệp. Khi tổ chức tập trung thiết kế hệ thống vận hành thay vì chỉ quản lý con người, doanh nghiệp có thể tạo ra sự ổn định trong hoạt động, giảm rủi ro phụ thuộc vào cá nhân và nâng cao khả năng mở rộng trong dài hạn. Chính tư duy hệ thống này đã góp phần giúp nhiều doanh nghiệp Bắc Âu duy trì hiệu quả hoạt động và phát triển bền vững qua nhiều thế hệ.

Tư duy dài hạn trong doanh nghiệp

Một trong những đặc điểm quan trọng của mô hình quản trị tại các quốc gia Bắc Âu là **tư duy phát triển dài hạn**. Trong nhiều doanh nghiệp tại Sweden và các nước trong khu vực, chiến lược kinh doanh thường không chỉ tập trung vào lợi nhuận ngắn hạn mà hướng tới việc xây dựng giá trị bền vững trong nhiều thập kỷ.

Cách tiếp cận này thể hiện rõ trong quá trình phát triển của nhiều thương hiệu công nghiệp lớn. Ví dụ, Volvo đã duy trì triết lý an toàn và tôn trọng con người trong suốt gần một thế kỷ. Thay vì chạy theo những xu hướng thị trường ngắn hạn, doanh nghiệp này tập trung đầu tư vào nghiên cứu công nghệ an toàn, nâng cao chất lượng sản phẩm và xây dựng niềm tin lâu dài với khách hàng.

Tư duy dài hạn cũng ảnh hưởng đến cách doanh nghiệp đầu tư vào con người và hệ thống. Các công ty Bắc Âu thường chú trọng đào tạo nhân lực, phát triển công nghệ và xây dựng những quy trình ổn định có thể duy trì qua nhiều thế hệ. Điều này giúp

doanh nghiệp giảm bớt sự phụ thuộc vào các biến động ngắn hạn của thị trường và tạo ra nền tảng vững chắc cho sự phát triển trong tương lai.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, tư duy dài hạn là một trong những yếu tố quan trọng giúp nhiều doanh nghiệp Bắc Âu duy trì sức cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Khi doanh nghiệp định hướng chiến lược dựa trên giá trị lâu dài thay vì những lợi ích tức thời, tổ chức có thể xây dựng được uy tín, chất lượng và niềm tin – những yếu tố cốt lõi của sự phát triển bền vững.

Niềm tin và minh bạch

Một trong những nền tảng quan trọng của mô hình quản trị tại các quốc gia Bắc Âu là **niềm tin và sự minh bạch trong tổ chức**. Trong nhiều xã hội như Sweden hay Finland, mức độ tin cậy giữa con người, doanh nghiệp và các tổ chức công được duy trì ở mức cao. Chính môi trường xã hội này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc hình thành những mô hình quản trị dựa trên sự cởi mở và trách nhiệm.

Trong doanh nghiệp, minh bạch thường thể hiện qua cách chia sẻ thông tin và quá trình ra quyết định. Nhiều tổ chức khuyến khích việc trao đổi thẳng thắn về các vấn đề trong công việc, từ chiến lược phát triển đến các thách thức trong vận hành. Khi thông tin được chia sẻ rõ ràng, nhân viên có thể hiểu rõ hơn về mục tiêu chung của tổ chức và tham gia tích cực vào quá trình thực hiện.

Niềm tin cũng đóng vai trò quan trọng trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp và người lao động. Thay vì kiểm soát chặt chẽ từng hoạt động, nhiều công ty Bắc Âu xây dựng môi trường làm việc dựa trên trách nhiệm cá nhân và sự tự chủ của nhân viên. Cách

tiếp cận này giúp giảm bớt các tầng kiểm soát phức tạp và tạo ra một môi trường làm việc linh hoạt hơn.

Những giá trị này cũng được phản ánh trong văn hóa doanh nghiệp của nhiều công ty công nghiệp lớn như Volvo. Trong môi trường như vậy, sự minh bạch và niềm tin không chỉ giúp tổ chức vận hành hiệu quả mà còn góp phần xây dựng uy tín thương hiệu trong dài hạn.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, niềm tin và minh bạch là hai yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp duy trì sự ổn định và phát triển bền vững. Khi tổ chức xây dựng được văn hóa tin cậy và giao tiếp cởi mở, doanh nghiệp có thể tận dụng tốt hơn năng lực của con người và tạo ra một nền tảng vững chắc cho sự phát triển trong tương lai.

Chương 10.

Góc nhìn của một doanh nhân Việt Nam

So sánh môi trường doanh nghiệp Việt Nam và Bắc Âu

Khi quan sát môi trường doanh nghiệp tại khu vực Bắc Âu, nhiều điểm khác biệt có thể được nhận thấy so với bối cảnh kinh doanh tại Việt Nam. Các quốc gia như Sweden hay Finland phát triển dựa trên nền tảng xã hội có mức độ tin cậy cao, hệ thống pháp lý ổn định và môi trường kinh doanh minh bạch. Những yếu tố này tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp tập trung vào chiến lược dài hạn, nghiên cứu công nghệ và xây dựng văn hóa tổ chức bền vững.

Trong khi đó, môi trường doanh nghiệp tại Vietnam thường mang tính năng động và linh hoạt hơn. Nhiều doanh nghiệp phát triển nhanh nhờ khả năng thích ứng với thị trường và tận dụng cơ hội trong các giai đoạn tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, tốc độ phát triển nhanh đôi khi cũng khiến các tổ chức tập trung nhiều vào mục tiêu ngắn hạn như doanh thu hoặc mở rộng quy mô, trong khi các yếu tố như xây dựng hệ thống quản trị hoặc phát triển văn hóa doanh nghiệp chưa được chú trọng đầy đủ.

Một điểm khác biệt quan trọng nữa là cách tổ chức quản trị trong doanh nghiệp. Tại nhiều công ty Bắc Âu, cấu trúc tổ chức thường tương đối phẳng, khuyến khích đối thoại và sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định. Trong khi đó, ở nhiều doanh nghiệp Việt Nam, mô hình quản lý vẫn mang tính phân cấp rõ rệt, với vai trò quyết định tập trung vào cấp lãnh đạo.

Từ góc nhìn của Phạm Đông Anh, những khác biệt này không phải là sự đối lập hoàn toàn mà phản ánh bối cảnh lịch sử và văn hóa khác nhau của mỗi khu vực. Việc so sánh hai môi trường doanh nghiệp giúp mở ra những góc nhìn mới về cách các tổ chức có thể học hỏi lẫn nhau. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam có thể kết hợp sự năng động của thị trường nội địa với những giá trị quản trị dài hạn của Bắc Âu, nhiều tổ chức có thể xây dựng được nền tảng phát triển bền vững trong tương lai.

Những điều có thể học hỏi

Việc quan sát môi trường doanh nghiệp tại khu vực Bắc Âu mang lại nhiều gợi ý giá trị cho các doanh nghiệp tại Vietnam. Mặc dù bối cảnh lịch sử, văn hóa và kinh tế giữa hai khu vực có nhiều khác biệt, một số nguyên tắc quản trị tại các quốc gia như Sweden hay Finland vẫn có thể trở thành nguồn tham khảo hữu ích.

Trước hết là tư duy phát triển dài hạn trong doanh nghiệp. Nhiều tổ chức tại Bắc Âu tập trung xây dựng thương hiệu, hệ thống và uy tín trong nhiều thập kỷ thay vì chỉ theo đuổi kết quả ngắn hạn. Những doanh nghiệp công nghiệp lớn như Volvo đã duy trì triết lý phát triển ổn định trong gần một thế kỷ, cho thấy giá trị của việc kiên định với những nguyên tắc cốt lõi.

Một bài học quan trọng khác là việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp dựa trên sự tin cậy và đối thoại. Trong nhiều công ty Bắc Âu, nhân viên được khuyến khích chia sẻ ý tưởng, tham gia vào quá trình cải tiến và đóng góp vào sự phát triển của tổ chức. Môi trường làm việc như vậy giúp tăng cường sự gắn kết và phát huy năng lực sáng tạo của đội ngũ.

Ngoài ra, các doanh nghiệp Bắc Âu thường chú trọng đến việc thiết kế hệ thống vận hành rõ ràng và minh bạch. Khi quy trình, tiêu chuẩn kỹ thuật và cấu trúc tổ chức được xây dựng hợp lý, doanh nghiệp có thể vận hành ổn định và giảm bớt sự phụ thuộc vào các cá nhân cụ thể.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, điều quan trọng không phải là sao chép hoàn toàn mô hình Bắc Âu mà là lựa chọn những nguyên tắc phù hợp với bối cảnh Việt Nam. Khi doanh nghiệp kết hợp sự năng động của thị trường trong nước với các giá trị như tư duy dài hạn, văn hóa tin cậy và thiết kế hệ thống hiệu quả, tổ chức có thể xây dựng nền tảng phát triển bền vững trong tương lai.

Những điều cần điều chỉnh

Mặc dù mô hình quản trị và văn hóa doanh nghiệp tại Bắc Âu mang lại nhiều bài học giá trị, việc áp dụng trực tiếp vào bối cảnh doanh nghiệp tại Vietnam không phải lúc nào cũng phù hợp. Mỗi quốc gia có điều kiện kinh tế, lịch sử và văn hóa xã hội khác nhau, vì vậy các nguyên tắc quản trị cần được điều chỉnh để phù hợp với môi trường cụ thể.

Một trong những yếu tố cần cân nhắc là tốc độ phát triển của thị trường. Tại các quốc gia Bắc Âu như Sweden, nền kinh tế đã đạt mức ổn định cao, cho phép doanh nghiệp tập trung vào chiến lược dài hạn và xây dựng hệ thống bền vững. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp tại Việt Nam đang hoạt động trong môi trường cạnh tranh và biến động nhanh, đòi hỏi sự linh hoạt và khả năng thích ứng cao. Vì vậy, việc cân bằng giữa tầm nhìn dài hạn và khả năng phản ứng nhanh với thị trường là điều cần được xem xét.

Một yếu tố khác là cấu trúc tổ chức và văn hóa quản lý. Mô hình quản trị tại Bắc Âu thường mang tính phân cấp thấp và khuyến khích sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định. Tuy nhiên, trong nhiều doanh nghiệp Việt Nam, cấu trúc tổ chức vẫn mang tính tập trung hơn, và việc chuyển đổi sang mô hình đối thoại cởi mở cần được thực hiện từng bước để phù hợp với văn hóa tổ chức hiện có.

Ngoài ra, việc xây dựng các hệ thống quản trị minh bạch và tiêu chuẩn hóa quy trình cũng cần được triển khai phù hợp với quy mô và nguồn lực của từng doanh nghiệp. Những doanh nghiệp đang trong giai đoạn tăng trưởng nhanh có thể cần ưu tiên các hệ thống vận hành đơn giản và linh hoạt trước khi phát triển các cấu trúc quản trị phức tạp hơn.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, bài học quan trọng từ mô hình Bắc Âu không nằm ở việc sao chép toàn bộ cách thức vận hành của các doanh nghiệp trong khu vực. Thay vào đó, điều cần thiết là hiểu rõ những nguyên tắc cốt lõi như tư duy dài hạn, sự minh bạch và tôn trọng con người, sau đó điều chỉnh những giá trị này để phù hợp với bối cảnh văn hóa và môi trường kinh doanh của Việt Nam.

Tương lai của doanh nghiệp Việt Nam

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang thay đổi nhanh chóng, tương lai của các doanh nghiệp tại Vietnam phụ thuộc ngày càng nhiều vào khả năng xây dựng những mô hình phát triển bền vững và có sức cạnh tranh quốc tế. Việt Nam đang bước vào giai đoạn chuyển mình mạnh mẽ với sự mở rộng của các ngành công nghiệp công nghệ cao, sự tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu và sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân.

Một trong những xu hướng quan trọng trong tương lai là sự chuyển dịch từ mô hình tăng trưởng dựa trên chi phí thấp sang mô hình dựa trên giá trị và công nghệ. Để đạt được điều này, doanh nghiệp cần đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu, thiết kế sản phẩm và xây dựng thương hiệu. Những kinh nghiệm từ các quốc gia công nghiệp tiên tiến như Sweden cho thấy rằng việc xây dựng hệ thống quản trị vững chắc, tiêu chuẩn kỹ thuật cao và văn hóa doanh nghiệp mạnh mẽ có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh lâu dài.

Bên cạnh yếu tố công nghệ, con người sẽ tiếp tục là yếu tố quyết định trong quá trình phát triển của doanh nghiệp. Các tổ chức cần chú trọng đào tạo nhân lực, xây dựng môi trường làm việc tích cực và khuyến khích sự sáng tạo của đội ngũ. Khi nhân viên được trao quyền và có cơ hội phát triển, họ có thể trở thành động lực quan trọng giúp doanh nghiệp thích nghi với những thay đổi của thị trường.

Theo góc nhìn của Phạm Đông Anh, tương lai của doanh nghiệp Việt Nam không chỉ nằm ở quy mô tăng trưởng mà còn ở chất lượng của hệ thống quản trị và triết lý phát triển. Khi doanh nghiệp kết hợp được sự năng động của thị trường Việt Nam với những giá trị như tư duy dài hạn, minh bạch và tôn trọng con người, nhiều tổ chức có thể xây dựng được nền tảng vững chắc để phát triển bền vững và từng bước vươn ra thị trường quốc tế.

Chương 11.

Từ hành trình đến tri thức

Chuyển hóa trải nghiệm thành sách

Những chuyến đi nghiên cứu không chỉ mang lại trải nghiệm cá nhân mà còn có thể trở thành nguồn tư liệu quý giá cho việc xây dựng tri thức. Đối với Phạm Đông Anh, hành trình đến khu vực Bắc Âu không dừng lại ở những quan sát về văn hóa, xã hội hay công nghiệp, mà còn là cơ hội để hệ thống hóa các trải nghiệm đó thành những nội dung có giá trị lâu dài.

Trong quá trình di chuyển qua các thành phố như Stockholm, Gothenburg hay vùng Lapland ở Finland, nhiều ghi chép được thực hiện nhằm lưu lại những quan sát về cách xã hội Bắc Âu tổ chức đời sống, môi trường làm việc và sự phát triển của các doanh nghiệp công nghiệp. Những ghi chép này không chỉ phản ánh trải nghiệm thực địa mà còn giúp kết nối các hiện tượng quan sát được với những câu hỏi rộng hơn về quản trị doanh nghiệp.

Từ các ghi chép và phân tích đó, quá trình viết sách trở thành bước tiếp theo để chuyển hóa trải nghiệm thành tri thức. Thông qua việc hệ thống hóa thông tin, lựa chọn các câu chuyện tiêu biểu và phân tích bối cảnh lịch sử – xã hội, những quan sát cá nhân được chuyển thành nội dung có thể chia sẻ với cộng đồng doanh nhân và độc giả quan tâm đến quản trị công nghiệp.

Kết quả của quá trình này là cuốn sách Hành Trình Volvo, trong đó hành trình nghiên cứu về Volvo trở thành điểm khởi đầu để khám phá những triết lý quản trị của doanh nghiệp Bắc Âu. Qua việc kết nối giữa trải nghiệm thực tế và phân tích tư duy quản trị,

cuốn sách không chỉ ghi lại một chuyến đi mà còn mở ra những góc nhìn mới về cách các doanh nghiệp có thể xây dựng giá trị bền vững trong dài hạn.

Từ du lịch đến nghiên cứu thực địa

Đối với nhiều người, việc đi đến các quốc gia khác thường được xem là một hoạt động du lịch nhằm khám phá cảnh quan và trải nghiệm văn hóa. Tuy nhiên, khi chuyến đi được tiếp cận với góc nhìn nghiên cứu, những trải nghiệm đó có thể trở thành nguồn tư liệu giá trị để hiểu sâu hơn về xã hội và môi trường kinh doanh của một khu vực. Đối với Phạm Đông Anh, hành trình đến Bắc Âu không chỉ dừng lại ở việc tham quan mà còn được định hướng như một quá trình quan sát và nghiên cứu thực địa.

Tại các thành phố như Stockholm hay Gothenburg, việc quan sát môi trường đô thị, văn hóa làm việc và cách các doanh nghiệp vận hành mang lại những hiểu biết sâu sắc hơn về mô hình quản trị Bắc Âu. Những yếu tố như cách tổ chức không gian công cộng, môi trường làm việc trong doanh nghiệp hay mối quan hệ giữa công nghiệp và xã hội đều trở thành những dữ liệu quan trọng để phân tích.

Quá trình chuyển từ du lịch sang nghiên cứu thực địa đòi hỏi cách tiếp cận có hệ thống. Thay vì chỉ ghi nhận các trải nghiệm mang tính cảm xúc, người quan sát cần đặt ra những câu hỏi cụ thể: vì sao một xã hội lại tổ chức công việc theo cách đó, những yếu tố lịch sử nào ảnh hưởng đến văn hóa doanh nghiệp, và các giá trị xã hội được phản ánh như thế nào trong hoạt động kinh tế.

Những câu hỏi này cũng liên quan trực tiếp đến việc tìm hiểu sự phát triển của các doanh nghiệp công nghiệp lớn trong khu vực,

tiêu biểu như Volvo. Việc kết hợp giữa quan sát thực tế và phân tích bối cảnh giúp các trải nghiệm từ chuyến đi trở thành nguồn tri thức có thể chia sẻ với cộng đồng doanh nhân.

Qua quá trình này, một chuyến đi du lịch đơn thuần có thể được chuyển hóa thành một hành trình nghiên cứu thực địa. Khi các quan sát được ghi chép, phân tích và hệ thống hóa, chúng không chỉ lưu giữ ký ức của chuyến đi mà còn trở thành nguồn tri thức giúp hiểu rõ hơn về các mô hình phát triển kinh tế và quản trị doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu.

Vai trò của tri thức trong xây dựng thương hiệu doanh nhân

Trong môi trường kinh doanh hiện đại, thương hiệu của một doanh nhân không chỉ được xây dựng dựa trên quy mô doanh nghiệp hay thành công tài chính, mà còn dựa trên tri thức và những giá trị tư duy mà họ chia sẻ với cộng đồng. Khi một doanh nhân có khả năng hệ thống hóa kinh nghiệm, phân tích các mô hình phát triển và truyền tải những hiểu biết đó thông qua sách, bài viết hoặc các hoạt động chia sẻ, tri thức trở thành nền tảng quan trọng của thương hiệu cá nhân.

Tại nhiều quốc gia phát triển, nhiều doanh nhân và nhà lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng ảnh hưởng của mình thông qua việc xuất bản sách, nghiên cứu và tham gia các diễn đàn tri thức. Những hoạt động này không chỉ giúp lan tỏa ý tưởng mà còn góp phần định hình hình ảnh của doanh nhân như một người có khả năng tư duy chiến lược và đóng góp vào sự phát triển của xã hội.

Đối với Phạm Đông Anh, việc nghiên cứu và viết sách là một phần quan trọng trong quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân. Thông qua cuốn sách Hành Trình Volvo, các trải nghiệm và

quan sát về mô hình công nghiệp Bắc Âu, đặc biệt là triết lý của Volvo, đã được hệ thống hóa thành những phân tích có thể chia sẻ với cộng đồng doanh nhân.

Tri thức vì vậy trở thành cầu nối giữa trải nghiệm cá nhân và ảnh hưởng xã hội. Khi doanh nhân không chỉ điều hành doanh nghiệp mà còn đóng góp vào kho tri thức chung thông qua sách, nghiên cứu và các hoạt động chia sẻ, thương hiệu cá nhân của họ có thể phát triển vượt ra ngoài phạm vi của một công ty hay một ngành nghề cụ thể. Chính sự kết hợp giữa thực tiễn kinh doanh và tư duy tri thức đã tạo nên nền tảng bền vững cho thương hiệu của nhiều doanh nhân trong thời đại hiện nay.